

**POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU**

Metsätalouden koulutusohjelma

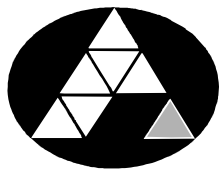
MMNS07ME

0701295

Maija Vanhatalo

**TAIMIKON VARHAISHOITOKAMPANJAN VAIKUTTAVUUS  
POHJOIS-KARJALAN ALUEELLA**

Raportti  
12.3.2011



POHJOIS-KARJALAN  
AMMATTIKORKEAKOULU

**OPINNÄYTETYÖ**  
**Maaliskuu 2011**  
**Metsätalouden koulutusohjelma**

Sirkkalantie 12 A  
80100 JOENSUU  
p. (013) 260 6900

Tekijä(t)

Maija Vanhatalo

Nimeke

Taimikon varhaishoitokampanjan vaikuttavuus Pohjois-Karjalan alueella

Toimeksiantaja

Pohjois-Karjalan metsäkeskus

Tiivistelmä

Taimikon varhaishoitotyö on merkittävä työlaji kiertoajan alussa. Sen tekemättä jättämisen voi havaita metsässä aina päätehakkuuvaiheeseen saakka. Varhaisoidossa kasvatettavalle taimelle annetaan riittävästi elintilaa sitä haittaavalta muulta kasvillisuudelta ja näin varmistetaan taimikon vakiintuminen. Taimikon varhaishoito on lakisääteinen metsänhoitotyö, joka on sisällytetty uudistamisvelvoitteeseen metsälain 8. §:ssä.

Viimeisimmän valtakunnan metsien inventoinnin mukaan varhaishoitorästejä on alkanut kertyä erityisesti yksityismetsänomistajien mailla. Tämä johtuu varhaishoitotyön laiminlyömisestä. Varhaishoitotöiden kannustimeksi metsäkeskukset järjestivät kesällä 2010 valtakunnallisen taimikon varhaishoitokampanjan ja kampanjakilpailun, johon kyseisenä kesänä varhaishoitoa tehneet metsänomistajat saivat osallistua. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää valtakunnallisen taimikon varhaishoitokampanjan vaikuttavuutta Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen alueella.

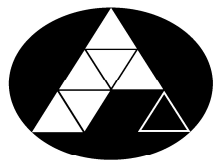
Tutkimusaineisto kerättiin postikyselynä syyskuussa 2010. Hyväksytyjä vastauksia saatiin 178 ja vastausprosentiksi muodostui 44,5. Metsänomistajat suhtautuivat positiivisesti metsäkeskuksen kampanjointiin mutta eivät kokeneet sen juurikaan vaikuttaneen omaan varhaishoitoaktiivisuuteensa. Vuoden 2010 taimikon varhaishoitokampanjalla saatiin nostettua Pohjois-Karjalan varhaishoitomäärää 1 % vertailemalla tutkimuksen kohde- ja vertailuryhmää. Kuitenkin metsänomistajien mielestä kampanjointi ja muistuttaminen nostavat yleisesti aktiivisuutta ja toimivat hyvänä kannustimena. Lisäksi ihmisten mielikuviin on helpompi vaikuttaa kuin aikaansaada käytännön toimia.

Kieli  
suomi

Sivuja  
79 + 19

Asiasanat

Kampanja, markkinointi, metsäkeskus, varhaishoito



NORTH KARELIA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**THESIS**  
**March 2011**  
**Degree Programme in Forestry**  
Sirkkalankatu 12 A  
FIN 80100 JOENSUU  
FINLAND  
Tel. 358-13-260 6900

Author(s)

Maija Vanhatalo

Title

Effectiveness of Seedling Stand Management Campaign in North Karelia

Commissioned by

Forestry Centre of North Karelia

Abstract

Seedling stand management work is important at the beginning of the rotation time. Neglect of seedling stand management can be seen until the final felling time. In seedling stand management, the sapling is given enough living space from the surrounding plants. Seedling stand management ensures the establishment of the seedling stand. Seedlings stand management work is set in the law which is included in the regeneration obligation in the Forest Act.

According to the latest nationwide forest inventory, neglecting of seedling stand management has started to increase especially in private owners' lands. To motivate seedling stand management work, forestry centers arranged a seedling stand management campaign and a campaign competition in which forest owners' who had done seedling stand management work could participate. The purpose of this thesis was to examine the effects of the nationwide seedling stand management campaign in the area of the Forestry Centre of North Karelia.

The research material was gathered as a mail survey in September 2010. The number of acceptable responses was 178, and the response rate was 44.5 percent. Forest owners' attitude towards the forestry centers' campaign was positive, but they experienced that it did not affect their own management work in seedling stands. Seedling stand management campaign of 2010 was able to increase seedling stand management volume in North Karelia by 1 % by comparing the control groups of survey. However forest owners think that campaigning and reminding them about seedling stand management raise the activity on the whole and serve as a good incentive. In addition, people's mental picture is easier to influence than to achieve hands-on action.

Language

Finnish

Pages

79 + 19

Keywords

Campaign, marketing, forestry centre, seedling stand management

# SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

|   |    |
|---|----|
| 1 JOHDANTO .....  | 6  |
| 2 TAIMIKON VARHAISHOITO .....   | 7  |
| 2.1 Taimikon varhaishoitomenetelmät .....                                   | 9  |
| 2.1.1 Heinäntorjunta .....  | 9  |
| 2.1.2 Varhaisperkaus .....  | 10 |
| 2.1.3 Varhaishoidon koneellistuminen .....                                  | 13 |
| 2.2 Taimikon varhaishoitotarve .....  | 15 |
| 3 MARKKINOINTIVIESTINTÄ JA KAMPANJOINTI.....                                | 16 |
| 3.1 Myynninedistäminen .....  | 17 |
| 3.2 Myynninedistämisen soveltaminen metsäalan neuvontaorganisaatioissa..... | 19 |
| 3.3 Suoramarkkinointi .....   | 20 |
| 3.4 Kampanjointi .....  | 22 |
| 4 POHJOIS-KARJALAN METSÄKESKUKSEN .....                                     | 25 |
| TOIMINTAYMPÄRISTÖ .....   | 25 |
| 4.1 Metsäkeskuksen viranomaistoiminta .....                                 | 26 |
| 4.2 Metsäkeskuksen edistämistoiminta ja asiantuntijapalvelut.....           | 27 |
| 4.3 Taimikon varhaishoitokampanja 2010 .....                                | 27 |
| 5 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET .....  | 28 |
| 6 AINEISTO JA MENETELMÄT .....  | 30 |
| 6.1 Tutkimuksen perusjoukko ja kyselylomake .....                           | 30 |
| 6.2 Tutkimusta ohjaava viitekehys.....                                      | 34 |
| 6.3 Aineiston analysointi.....  | 36 |
| 7 TULOKSET JA TULOSTEN TARKASTELU .....                                     | 37 |
| 7.1 Metsänomistajien taustapiirteet.....                                    | 38 |
| 7.2 Metsätilojen taustapiirteet .....                                       | 40 |
| 7.3 Mielikuva varhaishoidosta .....   | 42 |
| 7.4 Varhaishoitoaktiivisuus.....  | 46 |
| 7.5 Vertailuryhmien varhaishoitomäärät ja varhaishoitoaktiivisuus.....      | 47 |
| 7.6 Kampanjan vaikuttavuus .....  | 50 |

|   |    |
|---|----|
| 7.6.1 Tieto kampanjasta .....   | 50 |
| 7.6.2 Kampanjan aikaansaamat toimenpiteet.....                                  | 54 |
| 7.6.3 Metsänomistajien näkemys varhaishoitokampanjasta .....                    | 57 |
| 7.6.4 Varhaishoitokampanjan kilpailu .....                                      | 58 |
| 7.7 Kampanjoinnin menetelmät .....  | 62 |
| 7.7.1 Viestintäkanavat.....   | 62 |
| 7.7.2 Metsänomistajien tiedontarpeet .....                                      | 64 |
| 7.7.3 Kampanjakirje .....   | 66 |
| 8 JOHTOPÄÄTÖKSET.....   | 67 |
| 8.1 Yhteenveto .....  | 67 |
| 8.2 Kannattava kampanjointi .....   | 68 |
| 8.3 Varhaishoitomäärien kasvattaminen .....                                     | 71 |
| 8.3.1 Päätehakkuutulosten ohjaus uudistamis- ja varhaishoitokustannuksiin ..... | 72 |
| 8.3.2 Verohuojennukset .....  | 73 |
| 8.3.3 Kampanjat ja positiivisen ilmapiirin luominen .....                       | 74 |
| 8.4 Jatkotutkimustarpeet .....  | 74 |
| LÄHTEET.....  | 76 |

## LIITTEET

|         |  |
|---------|--|
| Liite 1 | Saatekirje   |
| Liite 2 | Kyselylomakkeet  |
| Liite 3 | Varhaishoitokampanjan mallikirje                                 |
| Liite 4 | Kampanjaan liittyviä lehtiartikkeleita Pohjois-Karjalan alueella |

## 1 JOHDANTO

Metsäkeskus Pohjois-Karjala järjesti vuonna 2010 Taimikon varhaishoitokampanjan, joka perustui valtakunnalliseen ohjeistukseen kaikille Suomen metsäkeskuksille. Metsäkeskus Pohjois-Karjalassa kampanjan pääkohderyhmänä olivat metsänomistajat, jotka omistavat varhaishoitotarpeessa olevia taimikoita Pohjois-Karjalan alueelta. Kampanjalla haluttiin muistuttaa metsänomistajia tärkeästä varhaishoitotyöstä. Lisäksi metsänomistajia motivoitiin varhaishoitotöihin kilpailulla.

Varhaishoitotarve on ilmeinen, sillä tuoreiden valtakunnan metsien inventoinnista (VMI10) saatujen tietojen mukaan taimikonhoidontarve Pohjois-Karjalan alueella on kaikkiaan 26 860 ha vuodessa (luku sisältää taimikon varhaisperkauksen), alueellinen metsäohjelma on asettanut tavoitteeksi 21 100 ha (Karppinen 2008, 12). Pohjois-Karjalan alueella tarpeesta on täyttynyt tänä vuonna 58 %, kun sertifiointikriteeri on 60 % (Metsäsertifiointin standardityöryhmä 2003, 6). Yksityisten metsänomistajien taimikoissa varhaishoitotavoitteesta on jääty viimeisen neljän vuoden aikana keskimäärin 43 %:iin, kun taas suurien metsäyhtiöiden ja valtion taimikoissa taimikonhoitotavoite ylitetään lähes vuosittain. Parannettavaa on siis erityisesti yksityisten metsänomistajien aktivoimisessa varhaishoitotöihin. (Hassinen, Karppinen, Kinnunen, Nousiainen, Partanen & Tahvanainen 2005, 78; Metsäntutkimuslaitos 2009a.)

Metsäkeskukset haluavat selvittää, millaisilla kampanjatoimenpiteillä on vaikuttavuutta ja aktivoiva vaikutus metsänomistajiin. Kampanjan vaikuttavuuden selvittäminen on ajankohtainen aihe, ja tärkeää olisi löytää keinot, joilla varhaishoitoaktiivisuus saadaan nousemaan. Sertifiointikriteerien alarajojen hipominen on vakava ongelma, joka täytyisi ratkaista.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää taimikon varhaishoitokampanjan vaikuttavuutta Pohjois-Karjalan alueella. Kohderyhmänä ovat metsänomistajat, joiden tiloilta löytyy mahdollisesti varhaishoitotarpeessa olevia taimikoita. Vertailuryhminä toimivat metsänomistajat, joihin kampanjatoimenpiteet kohdistettiin suoraan, ja sellaiset metsänomistajat, joihin kampanjaluontoiset toimet eivät kohdistuneet. Samalla selvitte-

tään metsänomistajien aktivoitumista varhaishoitotöihin ja mahdollisia syitä alhaisiin taimikonhoitolukuihin.

## 2 TAIMIKON VARHAISHOITO

”MUISTAKAA VARHAISHOITO”, toteaa Mikko Riikilä jo taimikonhoito-oppaan alkusanoissa. Tuore ohjeisto korostaa taimikon varhaishoidon tärkeyttä, sillä useimmiten hoidon puutteesta kärsivät vastaistutetut pienet taimikot. Varhaishoidon tarvetta esiintyy 0,3–2 metrin pituisissa taimikoissa, mutta varhaisperkaus tehdään yleensä taimien ollessa noin 1,3 metrin pituisia. Pienen taimikon varhaishoitomenetelmänä on usein heinäntorjunta ja noin viisivuotiaassa taimikossa varhaishoito suoritetaan perkauksena, jossa kasvatettavien taimien ympäriltä poistetaan niitä haittaava muu kasvillisuus. (Riikilä 2010, 5.)

Pienet alle 1,3-metriset taimikot kuuluvat uudistamisvelvoitteen piiriin. Uudistamisvelvoitteella viitataan Metsälain 8 §:ään, jossa säädetään uuden puuston aikaansaamisesta. ”Uudistushakkuun jälkeen alueelle on saatava kohtuullisessa ajassa taloudellisesti kasvatuskelpoinen taimikko, jonka kehittymistä muu kasvillisuus ei välittömästi uhkaa.” Lakiin tarkennuksena on kirjattu taloudellisesti kasvatuskelpoisen taimikon määritelmä eli kasvatuskelpoisten puiden keskipituus on taimikossa 1,3 metriä. Uuden puuston aikaansaamiseen käytettävä kohtuullinen aika on tarkennettu kolmeksi vuodeksi uudistushakkuun päättymisestä. Aiemmin taimikon perustamista koskevat toimenpiteet oli saatettava loppuun viiden vuoden kuluessa uudistushakkuun aloittamisesta tai kolmen vuoden kuluessa uudistushakkuun päättymisestä. Nämä lain tarkennukset kasvatuskelpoisesta taimikosta ja sen perustamiseen käytettävästä ajasta astuvat voimaan 1.1.2011. (L1996/1093 1996.)

Yleensä varhaishoitoa vaativan keskipituudeltaan 1,3 metrin taimikon aikaansaaminen kuuluu siis uudistamisvelvoitteeseen, eikä varhaishoito näin ole työlaji, josta saisi valtion rahoitustukea. Usein varhaishoito koetaan pelkkänä kustannuksena ja se jätetään tekemättä. Rehevimmillä mailla varhaishoito onkin työlästä, koska aluksi vastaistutettua

taimikkoa vaivaa vahva heinänkasvu usean vuoden ajan ja myöhemmin lehtipuuvesakko uhkaa vähentää taimen kasvuedellytyksiä. Varhaishoitosta koituu myös kustannuksia, koska sen tekeminen vaatii useamman vuoden aikajänteen ja varsinkin varhaisperkauksessa tarvitaan myös siihen sopivat työvälineet. Varhaishoito ja muu taimikonhoito onkin metsänuudistamisen jälkeen kallein toimenpide talousmetsän kiertoaikana, mutta uudistamiseen ja varhaishoitoon käytettävät investoinnit ovat usein jo tienattu uudistushakkuutuloilla. Yhden hehtaarin taimikonhoitokustannukset voidaan kattaa esimerkiksi kymmenen siemenpuun hakkuulla. Lopulta taimikon varhaishoiton kustannukset jäävät kuitenkin pieniksi tuleviin tuottoihin verrattuna. Ei ole liioiteltua väittää, että heinätorjunta ja vesakon varhaisperkaus ovat metsän tärkeimmät hoitovaiheet, sillä ne varmistavat taimien eloonjäämisen ja häiriöttömän kasvuun lähdön. (Riikilä 2010, 5; Metsäkeskus 2010.)

Kun taimikosta huolehditaan uudistamisen jälkeisinä vuosina, säilyy sijoitus tuottavana. Oikea-aikaisesti tehtynä varhaishoito turvaa kasvatettavien taimien kasvutilan alusta lähtien. Taimet pysyvät elinvoimaisina ja kasvavat häiriöttömästi, kun niiden valonsaanti varmistetaan varhaishoitolla. Varhaishoiton määrää voidaan vähentää jo ennakoivalla heinätorjunnalla metsänuudistamisen yhteydessä. Uudistusalueella sopiva muokkaustapa vähentää merkittävästi alueen heinänkasvua ja myöhempää perkaustarvetta. Laikkumätästyksestä on saatu hyviä tuloksia rehevimmillä kivennäismailla, koska kivennäismaakummun ympäröimä taimi on jo korkeammalla kuin maasta kasvavat heinät. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 1.)

Jos taimet saavat olla rauhassa heinältä ensimmäisinä vuosinaan, ne pääsevät etukasvuiksi ja ovat paremmassa asemassa kuin nopeakasvuinen lehtipuuvesakko, joka ilmestyy uudistusalueelle myöhemmin. Puuston laatu, kasvu ja tuotto ratkaistaan siis jo taimikon alkuvaiheessa. Taimikon varhaishoito on ratkaisu uuden metsän hyvään alkuun. Ajallaan tehty varhaishoito on helpompaa ja nopeampaa kuin myöhästyneenä tehty työ. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 1–4.)



## 2.1 Taimikon varhaishoitomenetelmät

Taimikon varhaishoitolla tarkoitetaan heinäntorjuntaa sekä taimikon varhaisperkausta, jota tehdään alle kahden metrin taimikoissa. Toisin sanoen varhaishoitossa poistetaan kasvatettavien taimien ympäriltä niitä haittaava pintakasvillisuus, lähinnä heinät ja vadelmapensaat sekä lehtipuuvesakko. Työmenetelmänä käytetään joko heinäntorjuntaa pienissä noin 2–3 vuotta sitten perustetuissa taimikoissa tai raivaussahalla perkaamista 5–10-vuotiaassa keskipituudeltaan noin 1,3 metrin taimikossa. Mitä nopeammin taimet ensimmäisinä vuosinaan kasvavat, sitä vähäisemmäksi varhaishoiton tarve jää. (Riikilä 2010, 39.)

### 2.1.1 Heinäntorjunta

Pintakasvillisuus haittaa taimien alkukehitystä etenkin tuoreilla ja sitä viljavammilla metsämaille sekä metsitetyillä pelloilla. Erityisesti kastikka ja vadelmapensaat muodostavat voimakkaita kasvustoja, jotka saattavat tukahduttaa taimet. Heinikko kilpailee taimien kanssa vedestä ja ravinteista sekä varjostaa taimia. Rehevillä mailla taimia haittaavaa heinää on jo viljelykesänä. Heinäntorjunnassa paljastetaan kasvatettavat taimet niiden ympärillä kasvavalta heinältä. Heinät joko niitetään, revitään tai poljetaan maahan. (Riikilä 2010, 41.)

Työvälineinä heinäntorjunnassa toimivat siis kädet ja jalat, mutta apuna heinän torjunnassa käytetään usein myös vesuria, raivausveistä, pikkuviikatetta, haravaa tai ruohoterällä varustettua raivaussahaa. Kasvatettavien taimien vahingoittamista tulee varoa työvälineitä käytettäessä. Pintakasvillisuutta voidaan torjua myös mekaanisilla taimisuojuilla. Heinän torjunta on yksinkertaista loppusyksyllä, kun vihreät taimet löytyvät helposti lakastuneen pintakasvillisuuden joukosta. Toisena vaihtoehtona on poistaa heinät keväällä ennen kasvukauden alkua, mutta voimakkaan heinänkasvun alueella käsittelyn voi joutua toistamaan kesken kasvukaudenkin. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2; Riikilä 2010, 41).

Useimmin heinätorjunta on tarpeen siellä, missä maa on muokattu äestämällä tai laikkamalla, koska taimet alkavat kasvun maanpinnantasosta ja kasvavat hitaasti, ollen näin alttiina pintakasvillisuuden kilpailulle jopa vuosia. Mätästetyillä istutusaloilla taimet kasvavat ensimmäiset vuotensa nopeasti ja aloittavat kasvunsa korkeammalta kuin muu pinta-kasvillisuus, joka ei tällöin haittaa taimia. Kasvupaikalle sopiva maanmuokausmenetelmä ja metsänviljely välittömästi muokkauksen jälkeen vähentävät heinätorjunnan tarvetta. Kuitenkin kaikkein rehevimmillä metsämailla ja peltojen metsitysalueilla heinää joudutaan torjumaan mätästyksestä huolimatta. Ennalta heinien määrään voidaan vaikuttaa ja tulevaa heinäkasvua hillitä myös kasvattamalla metsikkö täystiheänä päätehakkuuseen asti. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2; Riikilä 2010, 42.)

Voimakkaasti heinää kasvavilla alueilla voidaan käyttää kemiallisia torjunta-aineita. Yleisimmin heinätorjunnassa glyfosaattivalmisteet voidaan ruiskuttaa suojaamatta taimien ympärille alkusyksyllä. Silloin heinäkasvusto on yhä vihreää, mutta taimien uudet vuosikasvaimet ovat jo puutuneet. Jos kemiallisia torjunta-aineita käytetään kesken kasvukauden, täytyy kasvatettavat taimet suojata. Torjunta-aineita käytettäessä tulee varmistaa aineen soveltuvuus ja noudattaa tarkasti käyttöohjeita. Kemiallisia aineita hyödynnettäessä tulee huolehtia myös vesiensuojelusta. Torjunta-aineita käsiteltäessä vesistöihin ja pienvesiin tulee jättää vähintään 25 metrin suojavyöhyke. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2; Riikilä 2010, 43.)

Heinätorjunta suojaa taimikkoa muiltakin uhilta. Heinikossa vallitsee kostea pienilmasto, mikä edistää sienitautien leviämistä. Kun heinät poistetaan taimien ympäriltä, sienitautinriski taimikossa pienenee. Lisäksi myyrät viihtyvät runsaassa pintakasvillisuudessa. Heiniltä vapaa taimen runko ei siis houkuttele myyriä ruokailemaan niin kuin heinän seassa kasvava taimi. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 1–4.)

### **2.1.2 Varhaisperkaus**

Taimikon varhaisperkauksessa kasvatettavien taimien ympäriltä poistetaan varjostava lehtipuuvesakko ja vadelmapensaikko yleensä raivaussahalla perkaamalla. Vesakot syntyvät aiemman puusukupolven lehtipuiden kannoista tai juurista, ja nopean kasvunsa takia haittaavat taimia. Varhaisperkaukseen on kaksi vaihtoehtoista menetelmää: Var-

haisperkaus voidaan toteuttaa täysperkauksena, jossa vesakko perataan kokonaan ja alueelle jäävät vain kasvatettavat taimet. Toinen vaihtoehto on suorittaa varhaisperkaus reikäperkauksena, jossa taimen ympäriltä poistetaan vesakko noin metrin säteeltä. Reikäperkauksessa poistetaan kuitenkin myös selvästi kasvatettavia taimia pidemmät lehtipuut. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2; Riikilä 2010, 40.)



Kuva 1. Metsuri Timo Eronen perkaamassa taimikkoa.

Varhaisperkauksessa sovelletaan tilannekohtaisesti näitä kahta tapaa. Männyntaimikos- sa reikäperkaus voi parantaa taimen laatua, kun perkaamattoman vesakon varjostus hil- litsee männyn oksien kasvua. Männyntaimikkoon on syytä kiirehtiä, jos vesakko ehtii selvästi etukasvuisiksi. Tällöin täysperkaus on kannattavampi vaihtoehto, ettei nopea- kasvuinen vesakko varjosta männyntaimia hengiltä, sillä mänty pioneeripuulajina tarvit- see paljon valoa. Kylvötaimikoissa täysperkaus on oikeastaan ainut vaihtoehto, sillä kylvötaimien kasvu on lehtipuihin verrattuna niin hidasta, että reikäperkauksessa jätet- tävät lehtipuuvesat tukahduttaisivat kylvötaimet joka tapauksessa enemmän tai myö- hemmin. Yleensä kylvötaimikon metsämaa on kuitenkin niin karu, ettei varhaisperkauk- sen tarve muodostu suureksi. (Riikilä 2010, 41; Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2.)

Reikäperkauksessa ei juurikaan säästetä aikaa, koska taimia pidemmät vesat on kaadet- tava myös muualta kuin ”rei’istä”. Lisäksi reikäperkauksen jälkeen alueelle jää lehtipui- ta, jotka myöhemmässä taimikonhoidossa ovat isoja ja niiden poistamiseen kuluu

enemmän aikaa. Reikäperkauksella voi kuitenkin olla taimien laatua parantavia ominaisuuksia. Esimerkiksi kuusentaimikoissa reikäperattujen alueiden väliin jäävän lehtipuuston uskotaan hillitsevän taimen lähiympäristön uudelleen vesoittumista. Varhaisperkauksessa ei siis tehdä taimien valintaa vaan jätetään taimikko tiheäksi, koivikot ja kuusikot 1 600–2 000 tainta hehtaarille ja männiköt jopa tiheämmäksi mahdollisuuksien mukaan. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2; Riikilä 2010, 41.)

Havupuutaimikon aukkoisiin paikkoihin voidaan jättää siemensyntyisiä lehtipuita, näin huolehditaan myös metsäluonnon hoidosta. Hyvässä metsänhoidossa suositellaan jätettäväksi noin kymmenen prosentin koivusekoitus havupuutaimikkoihin. Taimikon tuotto ei yleensä alene, jos aukkopaikoilla on lehtipuuna rauduskoivuja. Tarvittaessa taimikon aukkoihin voi jättää myös muita lehtipuita kuten haapaa, leppää, raitaa ja pihlajaa, myös katajat ja jalot lehtipuut on hyvä jättää perkaamatta. Männyntaimikkoihin ei kuitenkaan pidä jättää haapoja, koska ne levittävät männynversoruostetta, joka vahingoittaa männyn uusia vuosikasvaimia. Lehtipuusekoitus havupuutaimikoissa on paljon monimuotoisempi kuin pelkkä puhdas kuusikko tai männikkö. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 3–4; Riikilä 2010, 40.)

Paras aika taimikon varhaisperkaukseen on keskikesä, jolloin vesoissa on jo lehdet. Kun vesakko katkaistaan lehdellisenä, sen juuristo ei ehdi ottaa talteen lehtien ravintoaineita. Jääneet kannot ja juuret vesovat vähemmän kuin lehdettömään aikaan kaadettujen vesojen. Tiheän vesakon vaivaamilla alueilla perkauksen voi suorittaa myös varhain keväällä tai loppusyksyllä, jolloin taimet on helpompi erottaa vihreänä lakastuneen pintakasvillisuuden keskeltä. Metsänomistaja Arto Kukkoson (2010) mukaan on yhdentekevää, milloin taimikko perataan, tärkeintä on se, että työ tulee tehdyksi ja taimikon elinvoima käydään tarkistamassa säännöllisin väliajoin. Tärkeintä siis on, että varhaishoito tulee tehdyksi. Vain sillä tavoin voi turvata taimikon tulevan kehityksen. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2; Riikilä 2010, 43–46.)

Tuhojen ehkäisemiseksi varhaisperkauksesta on kahta ajatusmallia. Suurimman tuhoriskin männyn- ja koivuntaimikoissa aiheuttaa hirvi. Koivuntaimet kasvavat kuitenkin nopeasti ja kohoavat hirven ulottumattomiin muutamassa vuodessa, eikä varhaisperkausta usein tarvita. Jos koivikko kuitenkin uhkaa jäädä varjoon tai se on vaarassa tuhoutua, tulee täysperata välittömästi. Nykyisten ohjeiden mukaan hirvituhoille alttiit alueet käsi-

tellään täysperkauksella, eli kaikki lehtipuusto poistetaan männyntaimikoista. Näin hirvälle ei jää alueelle ”houkuttimeksi” sen mieluisinta ravintoa lehtipuita. Toisaalta jos hirvi sattuu taimikolle, jossa ei lehtipuita ole se syö saatavilla olevia männyn taimia. Jos taimikko reikäperataan ja alueelle jää mäntyjen lisäksi pihlajia ja muita hirvälle mieluisia puulajeja, on mäntyjen tuhoutumisen todennäköisyys pienempi, sillä hirvi todennäköisimmin käyttää ravinnokseen lehtipuita. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2; Riikilä 2010, 47–48.)

Voidaan todeta, että varhaishoito voidaan tehdä kummalla tavalla tahansa, kunhan se tulee tehdyksi männyntaimikoissa, joissa se on tarpeen. Vesakon varjoon jääneiden taimien kasvu hidastuu ja ne ovat hirvien saatavilla kauemmin. Lisäksi ilman varhaishoitoa taimikko kärsii kasvutappioista. Tämän huomaa parhaiten, kun varhaishoito on jo myöhästynyt ja alueen taimet ovat eripituisia riippuen siitä, ovatko ne saaneet kasvaa valoisassa vai ovatko ne kärsineet kasvutilan puutteesta ja jääneet juromaan lyhyinä. Kasvatustaimikko voi myös kärsiä, jos vesakko pääsee pitkäksi ja ”piiskaa” taimien latvoja. Kaikkien lehtipuiden täysperkaus on tarpeen, jos taimikon kasvu on jo ehtinyt taantua vesakon varjostuksen takia. Tällöin istutusmännikkö jää harvaksi ja puista tulee paksuoksaisia, mikä puolestaan huonontaa niiden laatua tukkipuuna. (Metsäkustannus Oy ja Tapio 2007, 2.) Varhaishoidon hyödyt ovat siis ilmeiset.

### **2.1.3 Varhaishoidon koneellistuminen**

Metsäteollisuus kehittää jatkuvasti erilaisia koneellisia menetelmiä metsätalouteen. Taimikon varhaishoitoon ja etenkin perkaukseen on kehitetty erilaisia metsäkoneen lisälaitteita. Aluksi kehitettiin raivaussahan jälkeä muistuttava ”giljotiinilaite”, joka katkaisi vesakon kasvatettavien taimien ympäriltä. Nykyisin käyttöön on otettu kitkevä reikäperkaaja, joka vetää kasvatettavan taimen ympäriltä sitä haittaavaan lehtipuuston juuriin irti maasta. Kitkevän menetelmän etuna näyttäisi olevan se, että kitkemisen jälkeen taimi saa kasvaa rauhassa, eikä toista perkauskertaa välttämättä tarvita. Saanto ja kustannukset eivät kuitenkaan vielä ole perinteisen miestyön tasoiset. (Strandström, Hämäläinen & Pajujoja 2009, 13.)



Kuva 2. Matti Salmelan kuljettaman metsäkoneen reikäperkaaja suojaa kuusentaimen, laitteen leuat vetävät ympärillä kasvavan vesakon juurineen irti.

Koneellistumisen ongelmana on etenkin kustannustehokkuus ja käytännöllisyys. Kehitystyötä tarvitaan runsaasti, jotta koneellinen varhaishoito saadaan yksityismetsätaloudessakin kannattaviksi sijoitukseksi. Metsänhoitotöiden koneellistuminen on ollut hidasta ja keskittynyt lähinnä metsäteollisuusyritysten sekä suurten metsätalousyritysten maille.

Metsäteollisuuden ja metsäsektorin toimintaedellytystyöryhmä on esittänyt, että tutkimus- ja kehitys-rahoitusta tulisi ohjata metsänhoidon koneellistamisen kehittämiseen. Lisäksi metsänhoitotöiden koneellistamista vauhdittamalla yksityismetsätalouden kannattavuutta pyritään parantamaan myös kansallisen metsäohjelman (KMO 2015) mukaan. Suuntaus on siis selkeä; koneilla yritetään vastaisuudessa kattaa kaikki metsänhoidon vaiheet pienessä kierrossa. Koneellistumisella pyritään alentamaan metsänhoidon kustannuksia sekä toisaalta turvaamaan työvoiman riittävyys ja saatavuus tulevaisuudessa. (Metsäneuvosto 2010, 20–21; Strandström, Hämäläinen & Pajuoja 2009, 8–9.)

## 2.2 Taimikon varhaishoitotarve

Tarve taimikon varhaishoidolle syntyy luonnollisesti metsänuudistamisesta. Metsätalous on yksi Suomen kansantalouden kantava voima. Puukauppa on käynyt vilkkaana siitä lähtien, kun puuta on alettu käyttää teollisuuden tarpeisiin. Sen myötä avohakkuut ja metsänuudistaminen on yleistynyt. Päätehakkuun jälkeen metsä on uudistettava ja uudistamisvelvoite vaatii, että avohakkuualueelle on saatava kohtuullisessa ajassa taloudellisesti kasvatuskelpoinen taimikko, jonka kehittymistä muu kasvillisuus ei välittömästi uhkaa. Metsän luontainen uudistaminen tai viljely ei siis yksin riitä, vaan taimikko on saatava vakiintumaan niin, ettei muu kasvillisuus uhkaa sen menestymistä. Käytännössä taimikon vakiintuminen varmistetaan varhaishoidolla.

Valtakunnan metsien inventoinnin mukaan laadultaan hyvien taimikoiden osuus on pienentynyt valtakunnallisesti edellisestä inventointikerrasta 39 prosentista vajaaseen kolmannekseen. Vastaavasti tyydyttävien ja välttävien taimikoiden osuus on jopa 65 prosenttia. Hoitamattomuus on laadun alentumisen syynä noin kymmenesosalla koko maan taimikoista. Pohjois-Karjalassa vuosina 2006–2009 taimikonhoidon pinta-alatavoitteesta on jäänyt toteutumatta noin 43 prosenttia, kun aiemmalla neljävuotiskaudella luku oli 37 prosenttia. (Greis, Repo & Savolainen 2010; Hassinen ym. 2008, 78; Karppinen 2010.) Hoitamattomuuden trendi on nouseva. Tarve laadukkaalle taimikonhoidolle ja varhaishoitotyölle on siis ilmeinen, jos huonolaatuiset taimikot yleistyvät. Metsälain edellyttämää uudistamisvelvoitetta joko väheksytään, jopa laiminlyödään, tai varhaishoidon kuulumista uudistamisvelvoitteen alaisuuteen ei tiedosteta.

Lisäksi tarpeen varhaishoidolle luo metsäsertifiointi. Ryhmäsertifioinnin kriteerit metsäkeskuksen toimialueen tasolla vaatii, että alueen vuotuisesta taimikonhoitotarpeesta toteutetaan vuosittain vähintään 60 %. (Metsäsertifioinnin standardityöryhmä 2003, 6). Vaikka metsälaki ja sertifiointi säättävät pakotteen taimikon varhaishoidolle, suurimmat varhaishoitotarpeen tekijät ovat kuitenkin itse taimet. Taimelle parhaat kasvuedellytykset voidaan saada ainoastaan huolehtimalla, ettei niiden alkuvaiheen kasvua uhkaa muu kasvillisuus. Kun taimikon varhaishoito tehdään oikea-aikaisesti, voidaan varmistaa taimelle hyvä kasvu, tuotto ja laatu.

### 3 MARKKINOINTIVIESTITÄ JA KAMPANJOINTI

Markkinointi on tapahtumaketju, jossa valitulle kohderyhmälle tarjotaan hyödyke eli tuote tai palvelu viestinnän avulla. Markkinoinnin tarkoituksena on saada aikaan mieli-kuva, joka edistää toivottua toimintaa ja edesauttaa asetettujen tavoitteiden saavuttamista. Markkinointiajattelu on kehittynyt tuotantosuuntautuneesta ajattelusta asiakassuun- taisen ajattelun kautta organisaation liiketoiminnan kokonaisvaltaiseen ajattelutapaan, jota asiakasryhmien tarpeet muodostavat ja muuttavat. Siksi asiakaspalvelu onkin tärkeä osa yrityksen toiminnassa. (Rope & Vahvaselkä 1998, 33–34; Lahtinen & Isoviita 2000, 5.)

Nykyään jokainen työntekijä on markkinoija omalla työpanoksellaan toimenkuvasta riippumatta. Tämä markkinoinnin ajatusmalli tekee kaikista työntekijöistä osan asiakas- palvelua. Hyvin tehty työ onkin oivallista markkinointia, jolla saadaan asiakas kiinnos- tumaan ja luottamaan yritykseen. (Lahtinen & Isoviita 2000, 5.)

Markkinointiviestintä koostuu viestinnän kaikista osa-alueista, joiden tarkoituksena on kommunikoida yrityksen ja sen sidosryhmien välillä. Markkinointiviestinnällä pyritään saamaan viestin lähettäjän ja vastaanottajan välille yhteys – yhteinen käsitys. Käsityk- sen yhtenäisyys voidaan saavuttaa markkinointiviestinnän huolellisella suunnittelulla ja toteutuksella. (Vuokko 2003, 149.)

Markkinointiviestinnän yhdeksi keinoksi luokitellaan myynninedistäminen, ja muita keinoja ovat muun muassa suoramarkkinointi, henkilökohtainen myyntityö, mainonta, julkisuus, sponsorointi sekä suhde- ja tiedotustoiminta. Onnistuneessa vuorovaikuttei- sessä markkinointiviestinnässä nämä kaikki elementit ovat tärkeitä, mutta yrityksen toimiala ja koko määrittelevät pitkälti mitä markkinointiviestintäkeinoja käytetään eni- ten. (Vuokko 2003, 149, 254.)



### 3.1 Myynninedistäminen

Myynninedistäminen (sales promotion) on markkinointiviestinnän keino, jolla yritys voi viestittää tietoa asiakkailleen pyrkimyksenään edistää myyntiään. Myynninedistämisen tehtävä on kannustaa ostajia ostamaan ja myyjiä myymään tuotetta tai palvelua. Myynninedistäminen suunnataan siis sekä lopullisiin tuotteen tai palvelun käyttäjiin että jakelutien jäseniin. Tällä tähdätään pääasiallisesti lyhytaikaiseen menekin lisäämiseen. Myynninedistämisestä käytetään myös termiä menekinedistäminen. (Armstrong, Kotler, Saunders & Wong 2001, 682–683; Bergström & Leppänen 2009, 448; Vuokko 2003, 254.)

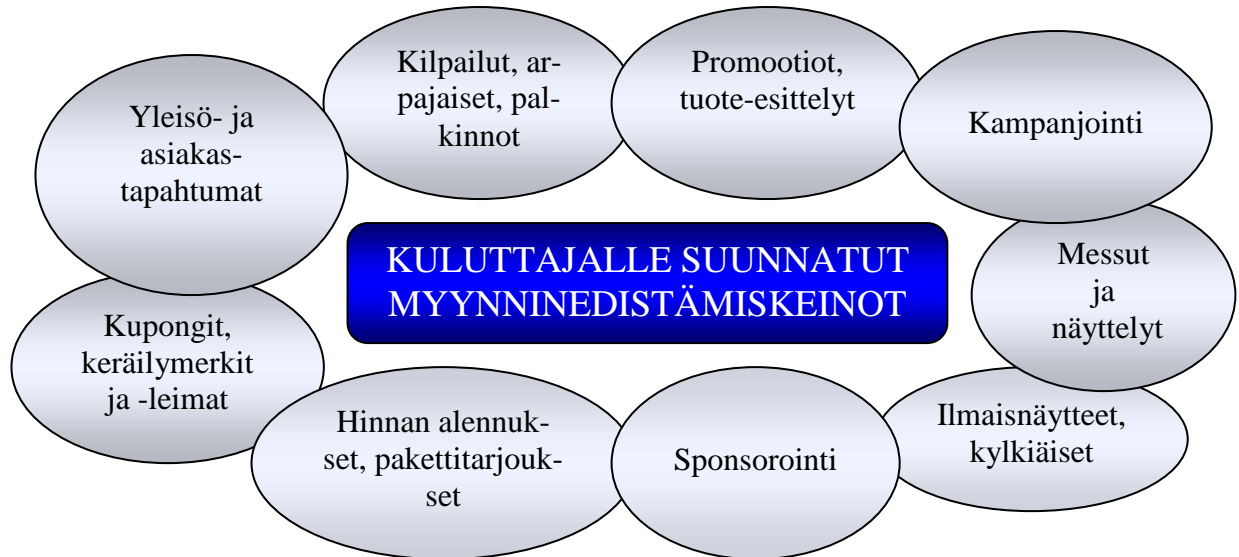
Myynninedistäminen on integroitu yleensä yrityksen mainontaan ja muuhun viestintään. Toimenpiteet myynninedistämiseksi suunnitellaan vuositasolla. Yrityksen tai tuotteen myynninedistämisen tavoite määritellään yrityksen markkinointisuunnitelmassa. Kun tavoitteet ovat selvillä, suunnitellaan tarvittavat toimenpiteet, toteutetaan ne ja seurataan aikaansaatuja tuloksia. (Bergström & Leppänen 2009, 449.)

Myynninedistämistä käytetään enenevässä määrin, koska mainonta on melko kallista ja sen teho on vähentynyt. Kilpailun kasvaessa asiakkaat ovat oppineet vaatimaan yrityksiltä erityisetuja, eikä katteettomilla lupauksilla enää pärjätä nykymaailmassa. Myynninedistämällä voidaan saada aikaan positiivista näkyvyyttä ja sitä kautta kasvattaa asiakaskuntaa. (Vuokko 2003, 254.)

Myynninedistäminen tukee henkilökohtaista myyntityötä ja mainontaa. Kuluttajamarkkinoilla myynninedistäminen ja mainonta ovat voimakkaasti sidoksissa toisiinsa. Mainonta tuo hyödykkeen asiakkaan tietoisuuteen ja aikaansaa tarpeen, ja myynninedistäminen tarjoaa hyödykkeen hankkimiselle yllykkeen. (Vuokko, 2003, 247.) Vuokko (2003, 247) nimittää mainontaa kylvöaktiiviteetiksi, koska sen avulla voidaan saavuttaa pitkäaikaisia vaikutuksia ja menekinedistämistä korjuuaktiiviteetiksi, sillä sitä käytetään lyhyen aikavälin myynnin nostamiseen. Menekinedistämistä voidaankin hyödyntää kysynnän lyhytaikaisten vaihtelujen tasaamiseen (Ylikoski 2000, 290).

Lopullisiin tuotteen tai palvelun käyttäjiin suunnattu niin sanottu kuluttajamyynninedistäminen on harkittua toimintaa. Kuluttajamyynninedistämällä pyritään kiihottamaan

kuluttajien ostohalua, tätä kutsutaan myös pull-strategiaksi. Kuluttajiin kohdistuvaa myyninedistämistä toteutetaan monella tavalla ja uusia keinoja keksitään koko ajan. (Armstrong ym. 2001, 683; Bergström & Leppänen 2009, 449; Vuokko 2003, 248.)



Kuvio 1. Kuluttajalle suunnatut myyninedistämiskeinot (Bergström & Leppänen 2009, 449; Anttila & Iltanen 2001, 305).

Kuviossa 1 havainnollistetaan pull-strategiaan kuuluvat kuluttajalle kohdenneet myyninedistämiskeinot. Yleisimmät kuluttajalle suunnatut myyninedistämistoimenpiteet ovat hintaperusteisia, eli tuotteen hintaa tai kokonaisarvoa muutetaan (Vuokko 2003, 277). Hyödykkeistä halutun tiedon levittämiseen käytännöllisimpiä myyninedistämiskeinoja ovat kampanjointi, tuote-esittelyt sekä yleisö- ja asiakastapahtumat. Kuluttajan mielenkiinnon vangitsemiseksi yrityksen tulee pyrkiä massan yläpuolelle ja pitää pystyä kehittämään toinen toistaan luovempia kampanjoita, jotka erottuvat joukosta (Armstrong ym. 2001, 683).

Push-strategiassa taas pyritään lisäämään yrityksen myyntihenkilöstön sekä jakeluketjun myyntiresursseja ja myyntihalukkuutta. Jälleenmyyntiä koetetaan siis helpottaa ja edistää riittävästi hyödykkeestä informoimalla ja myynnin kannustimilla. Push-strategian keinoina käytetään esimerkiksi myyntikilpailuja, koulutuksia ja esittelyjä. (Armstrong ym. 2001, 683; Bergström & Leppänen 2009, 449; Vuokko 2003, 248.)

Myyninedistämismenetelmillä voidaan Anttilan ja Iltasen (2001, 306–307) mukaan pyrkiä erilaisiin tavoitteisiin, kuten

- saamaan kuluttaja kokeilemaan uutta hyödykettä
- ylläpitämään ja lisäämään tuoteuskollisuutta
- lisäämään hyödykkeen käyttöä
- esittelemään uutta käyttötapaa
- saamaan uusia asiakkaita
- luomaan ja ylläpitämään tuote- ja yrityskuvaa.

### **3.2 Myynninedistämisen soveltaminen metsäalan neuvontaorganisaatioissa**

Metsäalalla erityisesti neuvontaorganisaatioissa, kuten metsäkeskus ja metsänhoitoyhdistykset, myynninedistäminen tarkoittaa esimerkiksi tiedon välittämistä ja pyrkimystä saattaa se sovellettavaksi käytännön asteelle. Tieto eli niin sanottu hyödyke voidaan suunnata joko loppukäyttäjiiin eli metsänomistajiin tai jakelutien jäseniin eli metsäalan toimijoihin, kuten metsäalan toimihenkilöihin ja metsätyöntekijöihin. Metsäalan myynninedistämiskeinoina toimivat useasti erilaiset informaatiota välittävät tilaisuudet esimerkiksi kampanjat, tuote-esittelyt ja tapahtumat kuten metsätyönäytökset.

Eräänlaista myynninedistämistä metsäalalla on jokapäiväinen työ metsänomistajien keskuudessa. Kun metsäammattilainen työskentelee metsänomistajien kanssa, samalla hän luo mielikuvaa metsänhoidosta ja metsätaloudesta ympärillään oleville. Usein juuri metsäammattilaisten kautta metsänomistajille syntyy joko myönteinen tai kielteinen kuva jostain metsätaloutta tai hänen omaa metsätilaansa koskevasta asiasta. Jotta myynninedistäminen metsäalalla olisi tuloksellista, ovat avainasemassa metsäammattilaisen ammattitaito ja kyky esittää asiat metsänomistajalle myönteisessä valossa.

Maa- ja metsätalousministeri Sirkka-Liisa Anttilan (2010) mukaan metsäkeskusten, metsänhoitoyhdistysten ja metsäpalveluyrittäjien tehtävänä on kertoa metsänhoitotoimien vaihtoehtoista ja niiden vaikutuksista, jotta metsänomistajat voivat valita omaan tilanteeseensa parhaiten sopivat menetelmät. Metsänomistajakunta on muutoksessa, jossa huomattava metsäomaisuus tulee siirtymään uudelle kaupunkilaissukupolvelle seuraavan 10–15 vuoden kuluttua. Ministeri Anttilan (2010) mielestä suuri haaste metsänomistajille tarjoavalle neuvonnalle ja palveluille onkin vastata uuden sukupolven

tarpeisiin, tarjota heille heidän toiveidensa mukaista metsänhoitoa. Virkistyskäyttö sekä maisema ja luontoarvot nousevat tehokkaan puuntuotannon ja taloudellisen hyödyn rinnalle.

### 3.3 Suoramarkkinointi

Suoramarkkinointi on myyinnedistämisen tavoin yksi markkinointiviestinnän keino. Suoramarkkinointi määritellään vuorovaikutteiseksi markkinointijärjestelmäksi, joka yhtä tai useampaa mainosvälinettä käyttäen pyrkii aikaan saamaan mittavan palautteen tai tapahtuman. Suoramarkkinointi on myynnin ja markkinoinnin apuväline, joka koostuu kahdesta osasta: mainosvälineestä ja myyntikanavasta. Mainosvälineitä voivat olla esimerkiksi painettu tai sähköinen viestintämateriaali, ja myyntikanavina voivat toimia muun muassa posti-, puhelin- tai henkilökohtainen suoramyynti. (Aavameri & Kiiskinen 2004, 10–12.)

Kolme ominaista piirrettä suoramarkkinoinnille ovat sen mitattavuus, testattavuus ja henkilökohtaisuus. Mitattavuus tarkoittaa sitä, että suoramarkkinoinnista odotetaan palautetta ja sitä pyritään mittaamaan. Mittarina voivat toimia asiakkaiden palautteet ja yhteydenotot sekä saavutetut asiakkuudet tai lisämyynti. Testattavuus sen sijaan on tietoa antava työväline suoramarkkinoinnissa. Erilaisilla kokeiluilla voidaan saada tietoa tulokseen vaikuttavista tekijöistä kuten suoramarkkinoinnin ajankohdasta, tuotteesta tai hinnoittelusta. Testattavuuden mahdollisuudet ovat lähes rajattomat; luovuuden ja kekseliäisyyden avulla voidaan löytää toimivia suoramarkkinoinnin keinoja, joita jatkuvasti kehitetään. Kolmantena ominaisuutena suoramarkkinoinnissa on henkilökohtaisuus, joka yleensä tulee tärkeäksi, kun lähestytään kuluttajaa. Suoramarkkinointi puhuttelee kuluttajaa aina tämän omilla ehdoilla. Vaikka kuluttajaan otetaankin yhteyttä suoraan ilman välikäsiä, niin viestin vastaanottaja viimekädessä määrää, miten hän viestin käsittelee, oli lähestymistapa mikä hyvänsä. (Aavameri & Kiiskinen 2004, 10–15.)

Suoramarkkinoinnilla päästään hyviin tuloksiin, kun sen tavoitteet on pohdittu etukäteen. Pitkäjänteisellä suoramarkkinoinnilla pyritään muodostamaan pitkäkestoinen suhde asiakkaan ja yrityksen välille. Lyhyellä aikavälillä suoramarkkinoinnin tarkoituksena on aikaan saada jokin reaktio vastaanottajassaan esim. palaute, tilaus tai kontakti. Ly-

hytjäteisellä, joidenkin kuukausien mittaisella, suoramarkkinoinnilla tavoitteet ovat enemmänkin kampanja-, asiakasryhmä- tai tuoteryhmäkohtaisia. Suoramarkkinoinnin tavoitteet voivat ajallisen keston lisäksi olla joko laadullisia tai määrällisiä. Määrälliset tavoitteet asetetaan yleensä myynnin tai asiakasmäärien kasvattamiseksi. Laadullisiin tavoitteisiin sen sijaan luetaan yrityksen mielikuvan kehittäminen kuluttajien keskuudessa tai asiakastyytyväisyyden lisääminen. Tavoitteiden asettamiseen vaikuttavat lisäksi myös toimiala, kilpailutilanne, lainsäädäntö sekä kuluttajakäyttäytymisen muutokset. (Aavameri & Kiiskinen 2004, 10–15, 42–53.)

Suoramarkkinoinnin tavoitteiden saavuttamiseksi yksi tärkeimmistä tekijöistä on kohderyhmäsuunnittelu. Väärin kohdistettu tarjous ei tuota tulosta. Jotta suoramarkkinoinnilla saavutettaisiin yrityksen haluamat kohderyhmät, on kartoitettava, ketkä ovat yrityksen kohderyhmää. Kohderyhmiä voi olla useampia erilaisia tai vain muutama. (Ålander 1998, 24–25.) Segmentoinnin ideana on jakaa yrityksen asiakaskunta pienempiin ja tarpeiltaan yhtenäisiin kohderyhmiin. Asiakkaat ovat erilaisia ja heillä on erilaisia odotuksia. Siksi segmentointi eli kohderyhmien selvittäminen on tärkeää, ja se lisää asiakastuntemusta. Segmentointi on helpoin suorittaa ylläpitämällä asiakasrekisteriä. Se on tietokanta, johon tallennetaan asiakkaan nimi-, osoite- ja mahdolliset muut tiedot. Kuitenkaan aina segmentointi ei ole mahdollista. Taulukossa 1 on esitetty suoramarkkinoinnin eroja verrattuna massamarkkinointiin. Olennaista suoramarkkinoinnille on siis segmentoitutietokanta, mitattavuus ja vuorovaikutus myyjän ja ostajan välillä. (Anttila & Iltanen 2001, 125; Ylikoski 2000, 48.)

Taulukko 1. Eroja massa- ja suoramarkkinoinnin välillä (Anttila &amp; Iltanen 2001).

| MASSAMARKKINOINTI   | SUORAMARKKINOINTI   |
|---|---|
| Asiakas on suhteellisen tuntematon.   | Asiakkaan nimi, osoite ja ostokäyttäytyminen tiedetään ja halutaan tuntea.  |
| Asiakkaan välitöntä vastausta ei odoteta.   | Asiakkaan välitöntä reaktiota odotetaan.  |
| Sanoma on suunnattu laajalle vastaanottajajoukolle.   | Sanoma suunnataan tietyille kohderyhmälle.  |
| Markkinointisanoma on vain osa kokonaisuutta.   | Markkinointisanoma sisältää kaiken, mitä tarvitaan, myönteisen reaktion aikaansaamiseksi                          |
| Markkinoinnissa käytetään useita jakelukanavia.   | Asiakkaalla on suora kontakti sanoman lähettäjään.  |
| Mainonnan tehokkuus ei ole suoraan mitattavissa.  | Mainonnan tehokkuus voidaan mitata.   |
| Mainonnan tavoitteena voi olla myynnin lisäys pitkällä tähtäyksellä. Sanomaa toistetaan useissa eriyhteyksissä. | Tavoitteena on aikaansaada välitön reaktio jokaisella mainoskerralla. Sanomaa toistetaan vain samassa yhteydessä. |
| Väliportaavat voivat parantaa tai heikentää markkinointia.  | Suoramarkkinoija voi kontrolloida täydellisesti kaikkia markkinointiin osallistuvia osapuolia.                    |

### 3.4 Kampanjointi

Kampanjointi on yksi myynninedistämisen ja suoramarkkinoinnin keinoista. Se on tavoitteellista toimintaa, jonka lähtökohtana ovat yrityksen tai organisaation markkinoinnin tavoitteet ja päämäärät. Tärkeää kampanjoinnissa on tehdä tilanneanalyysit markkinoista, kilpailijoista ja resursseista. Tämän jälkeen asetetaan tavoitteet, kohderyhmä ja budjetti. Lisäksi kampanjoinnissa kiinnitetään huomiota mainossanomaan, mainosten tekemiseen, aikatauluun ja mediavalintoihin. Ennen kampanjoinnin toteuttamista olisi mainoksille syytä tehdä myös esitestaus, jossa varmistetaan, että kampanjaa varten suunnitelluilla mainoksilla tavoitetaan kohderyhmä ja välitetään sille viesti. (Joensuu yliopisto. 2009.)

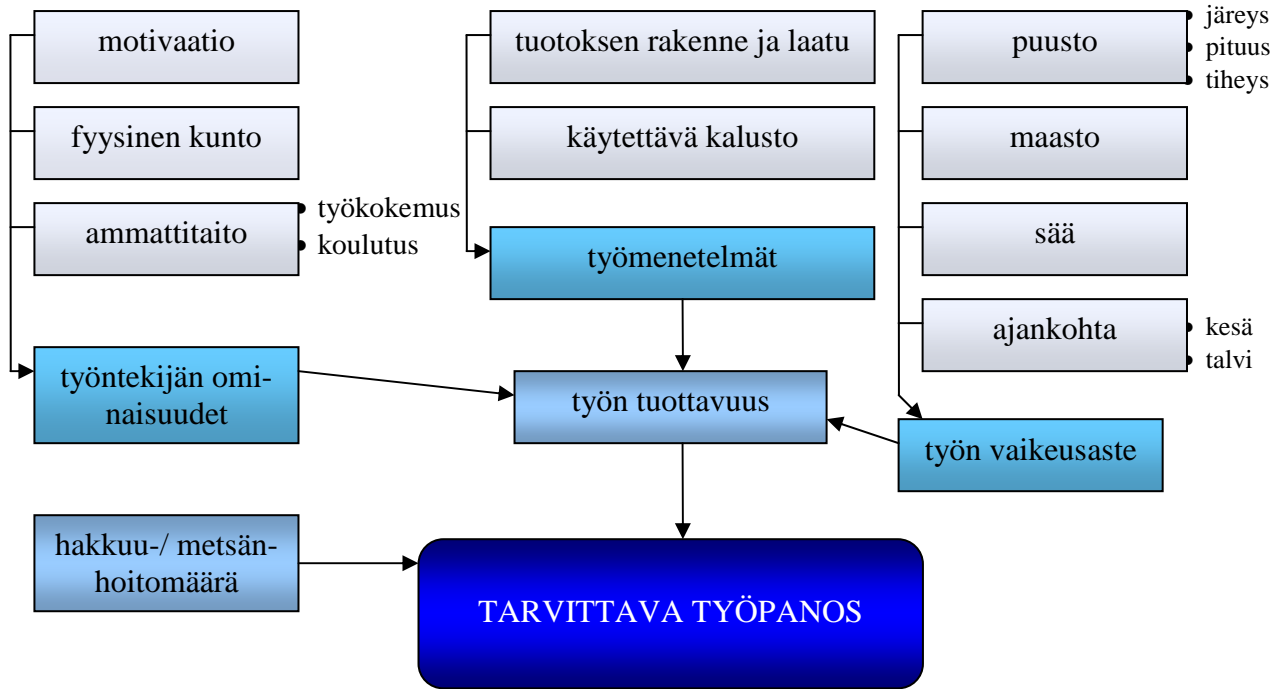
Kampanjan toteutuksen jälkeen ehdottoman tärkeää on tulosten seuranta, mahdolliset jälkitestaukset ja varsinkin tuloksista oppiminen seuraavia kampanjoita varten. Seuranassa voidaan tehdä erilaisia jälkitestauksia ja mittauksia, mutta keskeisintä ovat tulokset ja niiden arvioiminen. Tuloksella tarkoitetaan usein kampanjan vaikuttavuutta, eli onko tavoitettu kohderyhmä ja saatu huomiota. (Joensuun yliopisto. 2009.)

Vaikuttavuuden arviointiin liittyy oleellisesti tavoitteen määrittäminen. Kun kampanjoinnille on asetettu realistisia tavoitteita, voidaan myöhemmin tarkastella, missä määrin nämä tavoitteet on saavutettu. Silloin voidaan myös pohtia, onko kampanjalla vaikuttavuutta ja onko sillä aikaansaatu tulosta. Realistisia tavoitteita kyetään usein asettamaan vasta pitkän kampanjoiden suunnittelu-toteutus-seurantakierteen jälkeen. (Joensuun yliopisto. 2009.)

Metsäalan neuvontaorganisaatioissa erilaisia kampanjoita toteutetaan jatkuvasti, niin että saadaan tuorein tutkimustieto sekä uusien metsänhoitomenetelmien kehitystieto metsänomistajien ja muiden metsäalan toimijoiden käyttöön. Erilaisia tiettyyn teemaan sidottuja tapahtumia ja massatiedotuksia ei usein mielletä kampanjoinniksi. Tällöin viesti vain lähetetään kohderyhmälle eikä liioin välitetä, miten se on vaikuttanut vastaanottajaan ja saanut aikaan tämän käytöksessä. Kampanjan toteutuksen jälkeinen seuranta on jäänyt kokonaan tekemättä, mikä olisi ollut erittäin tärkeä vaihe, jotta vaikuttavuutta ja hyötyä voitaisiin arvioida.

Metsäalalla hyväksi havaittu menetelmä on jatkuva tiedon levittäminen, mutta vuorovaikutus viestin lähettäjän ja vastaanottajan kesken puuttuu. Toistuva muistuttaminen, esimerkiksi ”tarkista taimikkosi hyvinvointi” on tehokas keino, jolla oikea-aikaisesti saadaan metsänomistajat liikkeelle. Tämän jälkeen metsänomistaja on kuitenkin yksin saapuneen viestin kanssa. Häntä voivat jäädä askarruttamaan monenlaiset asiat, esimerkiksi mikä kertoo taimen hyvinvoinnista. Nykyaikaisilla viestintäkeinoilla vuorovaikutuksen aikaansaaminen on tehty helpommaksi; vuorovaikutuskeinot tulisi tehdä tutuiksi myös metsänomistajille.

Kuviossa 2 on esitetty omatoimiseen metsätyöhön vaikuttavat osatekijät. Omatoimisuuden vaikuttavat fyysiset ja henkiset ominaisuudet ja osaaminen, taloudelliset tekijät sekä motivaatio.



Kuvio 2. Omatoimisen metsätyön osatekijät (Kangas, Maltamo & Tolonen 1989; Kiljunen & Luoranen 2006; Peltola, Tantu & Valkonen 2007).

Tärkeimpinä näkökulmina omatoimisuuden toteutumisessa voidaan pitää seuraavia tekijöitä:

- omistajan metsäpinta-ala ja metsätulojen merkitys taloudessa.
- ammatti ja metsätilan sijainti asuinpaikkaan nähden.
- työn tekeminen edellyttää fyysisiä valmiuksia: riittävää kuntoa ja terveyttä.
- omatoiminen työ edellyttää helpoimmissakin työlajeissa jonkinlaista osaamista.
- osaamisen lisäksi tarvitaan motivaatiota ja tahtoa tehdä töitä itse.
- metsänhoitoon ja puunkorjuuseen tarvitaan lisäksi erilaista välineistöä sen mukaan, mitä töitä metsänomistaja aikoo itsenäisesti tehdä metsissään.
- omantyöpanoksen vaihtoehtokustannus; onko aikaa oman metsän hoitotöille ja oman ajankäytön kohdistaminen.



Työnjälki ja tuottavuus kytkeytyvät metsänomistajien erilaisiin tavoitteisiin ja monimuotoisiin osaamisen sekä oman metsätilan tarjoamiin lähtökohtiin. (Peltola ym. 2007)

Suurta osaa omatoimisuuteen vaikuttavista tekijöistä ei voida valita, vaan ne ovat yksilö- ja tilannesidonnaisia. Erityisesti kampanjoinnilla ja jatkuvalla muistuttamisella voidaan kehittää metsänomistajien motivaatiota ja ammattitaitoa. Osaaminen ja tieto metsänhoidon tärkeydestä ovat tärkeitä tekijöitä omatoimisen metsätyön aloittamiseen, kun ”vaakakupissa” on perheloma ulkomailla tai yhteiseksi hyväksi tehty metsänhoito. Motivoinnilla ja kannustamisella saa metsätöihin yleensä paremman virikkeen kuin pakotteilla.

Kampanjointi on siis eräänlaista jatkuvaa muistuttamista ja tiedon välittämistä kulloinkin valitulla teemalla ja ajankohtaan sopivilla keinoilla. Tärkeää on kampanjaa suunniteltaessa muokata haluttu välitettävä viesti riittävän selkeäksi ja ymmärrettäväksi. Lisäksi kohderyhmän segmentointi on keskeistä. Varsinkin motivoivilla kannustimilla ja selkeydellä kampanjan tavoitteet voidaan saada toteutetuiksi lyhyellä aikajänteellä, kun kohderyhmä vain on otollinen.

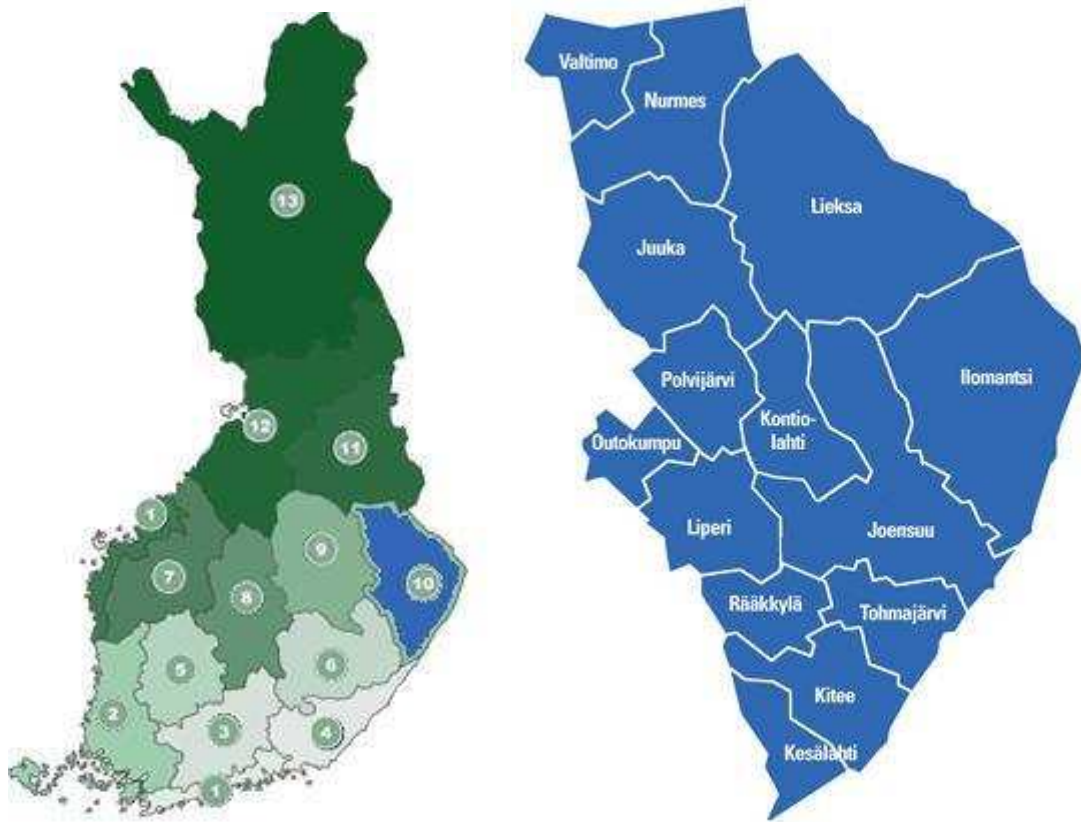
## **4 POHJOIS-KARJALAN METSÄKESKUKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ**

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Metsäkeskus Pohjois-Karjala, joka on yksi Suomen kolmestatoista metsäkeskuksesta (kuva 3). Metsäkeskus on Suomen valtionhallinnon alueorganisaatio, joka toimii maa- ja metsätalousministeriön ohjauksessa. (Metsäkeskus 2009.)

*Laki metsäkeskuksista ja metsätalouden kehittämiskeskuksista:*

*Metsien kestävää hoitoa ja käyttöä sekä niiden monimuotoisuuden säilyttämistä ja metsätalouden muuta edistämistä koskevia tehtäviä varten on alueellisia metsäkeskuksia. (L1995/1474 1995.)*

Metsäkeskusten toiminta jaetaan viranomaistoimintaan ja metsätalouden edistämiseen. (L1995/1474 1995; Metsäkeskus 2009.)



Kuva 3. Suomen metsäkeskukset ja Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen toimialue (Metsäkeskus 2009).

#### 4.1 Metsäkeskuksen viranomaistoiminta

Viranomaistoiminnan päätehtävä on metsälakien toimeenpano ja valvonta. Viranomaisyksiköt valvovat muun muassa metsänuudistamisvelvoitteen noudattamista. Käytännössä tarkastukset tapahtuvat satunnaisella otannalla tai silloin, kun taimikonperustamisilmoitusta ei ole jätetty metsänkäyttöilmoituksen jälkeen määräajan sisällä. (L1995/1474 1995; Metsäkeskus 2009.)

Uudistamisvelvoitteen varhaishoidon osuutta ei siis sinänsä valvota, ja siksi varhaishoitotarpeesta ja varhaishoitomääristä ei ole tarkkaa tilastotietoa. Satunnaisotannalla ei saada yhtä tarkkaa tietoa kuin systemaattisella valtion metsien inventoinnilla. Kun taimikonperustamisilmoitus on jäänyt tekemättä, ovat usein myös uudistamistoimenpiteet

jääneet tekemättä tai ne on tehty huolimattomasti. Tämän vuoksi metsäkeskusten tilastoidut taimikot painottuvat laadultaan heikkoihin taimikoihin.

#### **4.2 Metsäkeskuksen edistämistoiminta ja asiantuntijapalvelut**

Metsäkeskuksen edistämistoiminnan tehtävänä on kannustaa metsänomistajia suosituksen mukaiseen metsänhoitoon sekä metsäluonnon säilyttämiseen ja hoitoon. Jokaisessa metsäkeskuksessa metsätalouden edistämistoimintaa toteuttavat palvelut, joita ovat metsävaratieto-, metsä- ja asiantuntijapalvelut. Niin on myös Pohjois-Karjalan metsäkeskuksessa. Metsäkeskuksen asiantuntijapalveluiden tärkeimpiä edistämistehtävinä ovat metsätaloutta edistävä neuvonta, tiedotus ja koulutus. (L1995/1474 1995.)

Palveluiden lisäksi projekteina toteutetaan suunniteltuja neuvonta-, tiedotus- ja koulutustoimia metsänomistajille ja metsäalantoimijoille. Valtakunnallinen taimikon varhaishoitokampanja oli osa metsäkeskusten asiantuntijapalveluiden suunnittelemaa edistämistoimintaa vuonna 2010. (L1995/1474 1995.)

#### **4.3 Taimikon varhaishoitokampanja 2010**

Taimikon varhaishoitokampanjan suunnitelman laati metsäkeskuksen asiantuntijapalveluiden toimintoryhmä ja kampanjan toteutti yhteisen viestinnän projektit. Kampanja on valtakunnallinen, mutta jokainen metsäkeskus toteutti sen parhaaksi katsomallaan tavalla. Pohjois-Karjalan metsäkeskuksessa kampanjatoimenpiteet toteutettiin lähettämällä suoramarkkinointikirjeitä noin 1 500 metsänomistajalle, jotka omistavat varhaishoidon tarpeessa olevaa metsää kyseisen metsäkeskuksen toimialueella. Kohderyhmä segmentoitiin siis niin, että kampanjalla välitettävä tieto tavoittaisi ne, jotka sitä tarvitsevat.

Lisäksi järjestettiin tapahtumia ja koulutuksia varhaishoitoon liittyen niin metsänomistajille kuin metsäammattilaisillekin. Kampanjasta tiedotettiin laajasti maakunnan medioille, metsässä toimijoille sekä metsäkeskuksen omille toimihenkilöille. Kampanjasta oli artikkeleita maakunnan lehdissä, muun muassa Karjalaisessa. Valtakunnallisesti taimi-

kon varhaishoitokampanjasta tiedotettiin muun muassa metsäkeskuksen omassa Metsään-asiakaslehdessä sekä Maaseudun Tulevaisuudessa ja Metsälehdessä.

Taimikon varhaishoitokampanjan tarkoituksena oli kannustaa metsänomistajia varhaishoitotöihin ja saada taimikon varhaishoidon hehtaarimäärä kasvuun, ”nytkähtämään ylöspäin” (Metsäkeskuksen asiantuntijapalvelut toimintoryhmä 2010, 2). Kampanjan aikana järjestetyllä kilpailulla pyrittiin kartoittamaan varhaishoidon suosiota ja vuonna 2010 tehtyjä varhaishoitohehtaarimääriä. Ongelma varhaishoitohehtaarien määrityksessä on se, ettei tarkkaa tietoa varhaishoidon tarpeesta eikä nykyisistä vuosittaisista työmääristä ole. Varhaishoitotyöt, etenkin varhaisperkaus sekoitetaan usein myöhempään taimikonhoitoon, josta voi saada Kemera-tukea. Varhaishoitokampanja kuitenkin pidettiin erillään varsinaisesta taimikonhoidosta, koska kampanjalla haluttiin korostaa varhaishoidon tärkeyttä, vaikka valtio ei varhaishoitoa rahallisesti tuekaan.

Pohjois-Karjalan alueella suorat kampanjatoimenpiteet kohdistuivat noin 6 000 hehtaariin. Toisin sanoen suoramarkkinointikirjeet lähtivät 1 582 metsänomistajalle, jotka omistavat yhteensä noin 6 000 hehtaaria varhaishoidon tarpeessa olevia taimikoita. Kampanjan kannustimena toimi varhaishoitokilpailu, jossa metsänomistajat saivat osallistua raivaussahojen ja vesurien arvontaan, kun he olivat toteuttaneet yli 0,5 hehtaarin alueella alle 2 metrin taimikossa varhaishoitotoimenpiteitä omalla tilallaan. Lisäksi kampanjointiin kuului Päivä taimikollesi -teematapahtumat sekä laaja tiedotus eri medioissa. Metsäkeskuksen internetsivustolla ylläpidettiin varhaishoitoon liittyviä ohjeistoja ja artikkeleita niin tekstin kuin videoiden muodossa koko kampanjan ajan. Myös maakunnan päälehti Karjalainen ja useat paikallislehdet uutisoivat kampanjasta.

## **5 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET**

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää valtakunnallisen taimikon varhaishoitokampanjan vaikuttavuutta Pohjois-Karjalan alueella ja metsänomistajien aktivoitumista taimikon varhaishoitoasioissa. Vaikka tutkimus koski pelkästään Pohjois-Karjalaa, niin se on suuntaa antava kampanjoinnin vaikutuksista myös muille metsäkeskuksille. Tarkoitus

oli saada sellaisia tuloksia, joita voidaan myöhemminkin hyödyntää metsäkeskuksen kampanjoissa. Tavoitteena oli kerätä kampanjasta ne avaintekijät, jotka herättävät ihmisten mielenkiinnon ja sitä kautta muodostavat koko kampanjan vaikuttavuuden. Toimeksiantajan tärkein tavoite oli saada tuloksia siitä, onko kampanjalla ollut suoranainen taimikon varhaishoitotyömääriä lisäävä vaikutus.

Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään myös taimikon varhaishoidosta olemassa olevien oletusten oikeellisuutta. VMI-tilastojen mukaan taimikon varhaishoitoa ei tehdä riittävästi, mutta pelkkiä varhaishoitomääriä ei tilastoida missään tarkasti. Lisäksi osa metsänomistajista todennäköisesti hoitaa taimikoiden varhaishoidon, mutta siitä ei jää merkintää mihinkään. Lisäksi tavoitteena oli pyrkiä ratkaisemaan varhaishoitorästien ongelmallisuutta ja pohtia, millä keinoin varhaishoitotyömääriä voidaan nostaa.

Tutkimusongelma ja keskeiset kysymykset, joita tutkimuksella pyrittiin ratkaisemaan:

- *Millainen vaikutus menossa olevalla kampanjalla on taimikon varhaishoitoaktiivisuuteen, kun vertailuryhminä toimivat metsänomistajat, joihin kampanja kohdistetaan suoraan ja metsänomistajat, joihin kampanjaluonteiset toimenpiteet eivät suoranaisesti kohdistu?*
- *Onko vertailuryhmien välillä eroja aktivoitumisessa kampanjaa kohtaan?*
- *Mitkä toimenpiteet ovat kannattavia kampanjalle asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi?*
- *Kertyykö varhaishoitorästejä, ja jos kertyy, niin miksi?*
- *Miten varhaishoitotyöt tulisi tehdä?*
- *Millainen käsitys taimikon varhaishoidosta vallitsee?*

## 6 AINEISTO JA MENETELMÄT

### 6.1 Tutkimuksen perusjoukko ja kyselylomake

Opinnäytetyö on kvantitatiivinen (määrällinen) kyselytutkimus, jossa varhaishoitokampanjan toimenpiteitä koskettaneita verrataan metsänomistajiin, joihin kampanjatoimenpiteet eivät suoraan ole kohdistuneet. Tutkimusmenetelmä sopii hyvin opinnäytetyöhön, koska kyseessä on suurelle joukolle lähetettävä kyselytutkimus. Perusjoukon muodostavat yksityiset metsänomistajat, jotka ovat tehneet metsänkäyttöilmoituksen vuonna 2002 ja siihen liittyvän taimikonperustamisilmoituksen vuosina 2002–2008. Kohderyhmään kuuluvat ne, joille kampanjamarkkinointikirjeet ovat lähteneet eli heihin kampanja on kohdistettu suoraan. Kohderyhmässä on 1 582 yksityistä metsänomistajaa, jotka ovat tehneet metsänkäyttöilmoituksen 1.1.–30.7.2002. Mukana oli myös vertailuryhmän metsänomistajat, jotka ovat voineet saada kampanjasta tiedon muuten, mutta eivät kirjellä. Tämän ryhmän edustajat on poimittu metsänomistajista, jotka ovat tehneet metsänkäyttöilmoituksen loppupuolivuodesta 1.8.–31.12.2002. Vertailuryhmään kuuluu 2 305 yksityistä metsänomistajaa. Perusjoukko koostuu siis 3 887 henkilöstä, jotka ovat tehneet vuonna 2002 metsänkäyttöilmoituksen ja jotka vuosina 2002–2008 lähettivät metsänkäyttöilmoitukseen liittyvän taimikon perustamisilmoituksen.

Tutkittava otos kerättiin ositettuna otantana metsäkeskuksen Masto-tietokannasta, eli perusjoukko jaettiin ositteisiin siten, että ositteet yhdessä kattoivat koko perusjoukon. Tässä tutkimuksessa otannan ositteina toimivat taustamuuttujanakin olevat Pohjois-Karjalan 14 kuntaa. Näin pyrittiin varmistamaan, että otos kattaa koko Pohjois-Karjalan alueen ja tutkimustulokset olisivat yleistettävissä koko perusjoukkoa koskevaksi, jolloin tutkimuksen luotettavuus ja yleistettävyys (ulkoinen validius) paranisi.

Otoksen keräämiseen menetelmänä käytettiin suhteellista kiintiöintiä, jossa jokaisesta ositteesta poimittiin yhtä suuri suhteellinen osuus otokseen (taulukko 2; Soininen 1995, 102). Tässä tutkimuksessa ositteina olivat siis Pohjois-Karjalan 14 kuntaa ja ositteitten

suhteellinen osuus saatiin, kun laskettiin perusjoukon metsänomistajien määrä kunnittain suhteutettuna koko perusjoukkoon. Suhteellinen kiintiöinti jakautui seuraavasti:

Taulukko 2. Otannan suhteellisen kiintiöinnin jakautuminen Pohjois-Karjalan alueelle.

| Metsätilan sijaintikunta | Suhteellinen osuus | Kappaletta kyselykirjeitä |
|--------------------------|--------------------|---------------------------|
| Ilomantsi                | 9 %                | 35                        |
| Joensuu                  | 18 %               | 70                        |
| Juuka                    | 5 %                | 21                        |
| Kesälahti                | 3 %                | 13                        |
| Kitee                    | 12 %               | 48                        |
| Kontiolahti              | 5 %                | 21                        |
| Lieksa                   | 9 %                | 36                        |
| Liperi                   | 7 %                | 28                        |
| Nurmes                   | 7 %                | 27                        |
| Outokumpu                | 4 %                | 15                        |
| Polvijärvi               | 5 %                | 20                        |
| Rääkkylä                 | 6 %                | 25                        |
| Tohmajärvi               | 8 %                | 32                        |
| Valtimo                  | 2 %                | 10                        |
| Yhteensä                 | 100 %              | 400                       |

Kyselytutkimus toteutettiin syyskuussa 2010 kirjekyselynä 400 metsänomistajalle (otoskoko tällöin noin 10 % perusjoukon koosta). Yleensä mitä suurempi perusjoukko on, sitä vähemmän otoskoko on riippuvainen perusjoukon koosta. Aineistoa ei tee edustavaksi sen suuri koko vaan se, että aineistolla pystytään kattamaan tutkimuksen tavoitteet ja tekemään analyysit, joita alun perin on haluttu suorittaa. (Soininen 1995, 107.)

Mittaamiseen käytettiin kyselylomaketta, joka suunniteltiin huolellisesti, sillä vastaajan täytettyä lomakkeen on siihen myöhäistä tehdä muutoksia. Koko tutkimuksen onnistuminen on riippuvainen kyselylomakkeesta. Ratkaisevaa on, kysytäänkö sisällöllisesti oikeita kysymyksiä tilastollisesti mielekkäällä tavalla. Hyvä kyselylomake on kokonaisuus, joka kattaa sekä sisällölliset että tilastolliset ulottuvuudet. (Vehkalahti 2008, 20).

Kyselytutkimuksen toteuttaminen ei ole yksinkertaista. Mittauksen luotettavuuteen voivat vaikuttaa sisällölliset, kulttuurilliset, tilastolliset, kielelliset sekä tekniset seikat. Laadukkaan mittauksen aikaan saaminen edellyttää tutkijalta vankkaa perehtyneisyyttä tai useamman asiantuntijan yhteistyötä. Tilastotieteilijän apua tulee hyödyntää jo kyselylomaketta laadittaessa, eikä vasta kun on jo liian myöhäistä. Mittaus on ainutkertainen tapahtuma, sillä huonosti mitattuja asioita ei voida jälkeinpäin parantaa minkään mene-

telmän avulla. Laatuun tulee pyrkiä vaikuttamaan mahdollisimman paljon jo ennen mitausta eli jo kyselylomakkeen suunnitteluvaiheessa. (Vehkalahti 2008, 40.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa reliabiliteetti ja validiteetti ovat mittarin, kyselylomakkeen, tärkeimmät ominaisuudet. Reliabiliteetti osoittaa mittaustulosten pysyvyyttä ja johdonmukaisuutta sekä sen, missä määrin mittari mittaa tutkittavaa ominaisuutta, kuinka luotettava ja pysyvä mittari on. Tässä tutkimuksessa reliabiliteettia pyrittiin nostamaan mittaamalla samaa ilmiötä useammalla muuttujalla. Validiteetilla tarkoitetaan taas mittarin pätevyyttä eli sitä, mittaako se tarkoitettua asiaa. Tässä työssä tarkastelu rajoitettiin sisältö- ja rakennevaliditeettiin. Validiteettia varmistettiin käyttämällä hyväksi alan asiantuntijoiden arviota siitä, miten hyvin kysymykset mittaavat haluttua asiaa.

Kyselylomakkeen (liite 2) kysymykset oli laadittu vastaamaan toimeksiantajan tarpeita ja täyttämään tutkimukselle asetetut vaatimukset. Kyselylomakkeita oli kaksi erilaista kohde- ja vertailuryhmälle kullekin omansa. Kysymykset olivat pääosin samoja, mutta kohderyhmän kyselylomakkeessa kyseltiin lisäksi kampanjakirjeen sisällöstä. Kohde- ja vertailuryhmälle esitetyillä samoilla kysymyksillä pyrittiin selvittämään kampanjan vaikuttavuutta. Yksinkertaisimmillaan voidaan todeta, että jos kohderyhmä on tehnyt varhaishoitoja suhteessa enemmän kuin vertailuryhmä, niin kampanjalla on ollut sille asetettujen tavoitteiden mukaista vaikuttavuutta, eli varhaishoitomäärä on saatu kampanjatoimenpiteillä nousuun.

Kyselylomakkeessa esitetyllä kysymyksellä ”Oletteko saanut kirjeen taimikon varhaishoitokampanjasta Pohjois-Karjalan metsäkeskukselta?” testattiin vastaajien luotettavuutta, sillä ennakkoon on tiedossa, ketkä ovat kampanjakirjeen saaneet. Näin pyrittiin saamaan tutkimuksen aineistosta luotettavampaa. Kyselylomake testattiin muutamalla koehenkilöllä, jotta saatiin varmuus lomakkeen toimivuudesta ja ymmärrettävyydestä. Tämän jälkeen lomake viimeisteltiin ja lopulta postitettiin saatekirjeineen.

Otoksen onnistumisesta ongelmallisen teki se, että Masto-tietokannan tietoja ei ole päivitetty vuoden 2008 jälkeen, joten tilojen omistajien tiedot voivat olla vanhentuneet. Tilanomistaja on saattanut myydä tilansa tai tilan omistussuhteet ovat voineet muuttua vuosien 2002–2008 aikana tehtyjen taimikonperustamisilmoituksen jälkeen. Otosjoukon osoitetietojen oikeellisuus kuitenkin tarkistettiin, jotta välttyttäisiin mahdollisimman



monelta ”turhan kyselykirjeen” lähetykseltä. Kyselytutkimuksen ei oleteta tutkivan kampanjan kokonaisvaikuttavuutta, sillä kampanja oli käynnissä vielä, kun mittaus suoritettiin. Näin toimittiin suunnitellun aikataulun mukaisesti ja saatiin suuntaa antavia tuloksia kampanjan vaikuttavuudesta. Lisäksi kyselyyn vastaaminen vaati jo aikaisempaa tietoa metsäasioista, mikä saattoi vaikuttaa päätökseen olla vastaamatta tutkimukseen.

Otokseen tulleesta 400 metsänomistajasta 175 palautti vastauslomakkeen. Saatekirjeen (liite 1) avulla kuvattiin metsänomistajille kyselyn tarkoitus ja painotettiin aiheen ajankohtaisuutta ja merkitystä, lisäksi vastauslomakkeessa selitettiin käytettyä termistöä paremman ymmärrettävyyden saavuttamiseksi. Mukana olivat vastauskuori kyselyn takaisin lähettämistä varten sekä kynä kyselyn täyttämistä varten. Vastaamisen kannustimena käytettiin kolmen tuotepalkinnon arvontaa kaikkien vastanneiden kesken. Palautetuista vastauksista hylättiin yksi kappale, hylkäämisen syynä oli heikko vastausohjeiden ymmärtäminen. Osoitteiden tarkistamisesta huolimatta yksi kyselykirje palautui postissa tuntemattoman osoitteen takia.

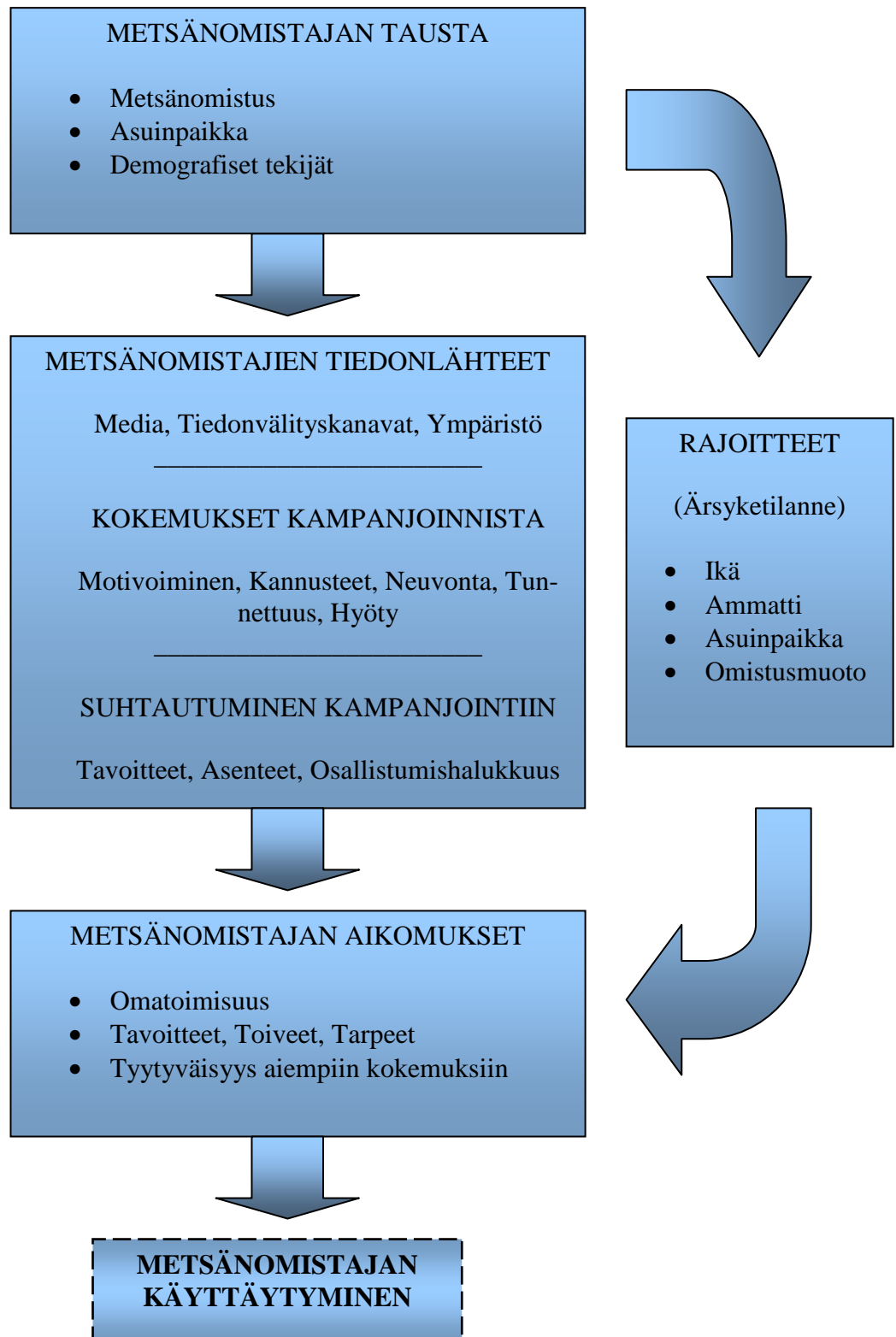
Vastausprosentin korottamiseksi suoritettiin uusintakyselykierros puhelimitse osalle niistä, jotka olivat jättäneet vastaamatta kirjekyselyyn. Puhelimitse suoritetusta uusintakyselykierroksesta oli jätettävä pois osa kyselylomakkeen kysymyksistä, sillä ne olivat liian monimutkaisia kysyttäväksi suullisesti. Puhelimitse suoritettavan kyselyn etuna kuitenkin oli se, että alkuperäinen vastaamattomuuden syy saatiin selvitettyä. Tällöin saatiin myös mielipide niiltä metsänomistajilta, joita varhaishoito ei mahdollisesti kiinnostanut. Uusintakyselykierroksella saadut vastaukset ovat tärkeä osa aineistoa, sillä aineistoon pyrittiin saamaan mahdollisimman kattavasti vastauksia varhaishoidossa aktiivisilta ja passiivisilta metsänomistajilta.

Aikataulujen ja kustannuksien vuoksi uusintakyselykierros oli varsin suppea. Uusintakysely toteutettiin puhelimitse 16:lle kirjekyselyyn vastaamatta jättäneelle metsänomistajalle, joista neljä vastasi. Uusintakyselyllä vastausprosenttia saatiin nostettua siis vain prosentien verran. Lopulliseen aineistoon hyväksyttiin 178 vastausta, jolloin vastausprosentiksi saatiin 44,5, kun alun perin vastausprosentin oletettiin muodostuvan noin 30–35 välille, tavoite siis ylittyi noin kymmenellä prosentilla.

Aineisto edustaa perusjoukkoa kohtuullisen hyvin, sillä kohde- ja vertailuryhmästä hyväksytyjä vastauksia saatiin tismalleen saman verran eli 89 kappaletta molemmista. Molempien ryhmien koko on siis otoksesta 22,25 % ja hyväksytyistä vastauksista 50 %. Vastausprosenttiin saattoi vaikuttaa se, että kyselylomake oli pitkä ja siinä oli vieraita termejä. Yksinkertaistamalla käytettyä kyselylomaketta olisi mahdollisesti tavoitettu enemmän vastaajia, mutta toisaalta toimeksiantajan kannalta olennaista informaatiota ei kenties olisi saatu kerättyä tarpeeksi. Vastausprosentin pienuuden vuoksi tuloksia on pidettävä suuntaa antavina, eikä niitä voida täysin yleistää.

## **6.2 Tutkimusta ohjaava viitekehys**

Tässä tutkimuksessa metsänomistajien käyttäytymistä selvittäviksi luetaan heidän taustansa vaikuttavat tekijät (kuvio 4). Metsänomistajan taustan oletetaan sisältävän käyttäytymistä rajoittavia tekijöitä. Lisäksi taustatekijöillä on suuri vaikutus siihen, mistä tietoa hankitaan ja millaista tietoa tarvitaan. Aiemmillä kampanjoilla ja niihin liittyvillä kokemuksilla uskotaan olevan merkittävä vaikutus uusiin kampanjoihin suhtautumiseen. Tietämys, arvot ja asenteet yhdessä vaikuttavat metsänomistajien aikomuksiin ja lopulta käyttäytymiseen.



Kuvio 3. Kyselytutkimusta ohjaava viitekehys.

### 6.3 Aineiston analysointi

Kerättävä aineisto analysoitiin SPSS 18.0 -tilasto-ohjelmalla. Tutkimuksen muuttujia ja niiden välisiä suhteita tarkasteltiin muuttujien prosentti- ja frekvenssijakaumien avulla. Lisäksi tarkempia analyyseja varten käytettiin ristiintaulukointia. Tulosten esittämiseksi taulukoita ja kuvioita luotiin sekä SPSS 18.0 -tilasto-ohjelmalla että Excel- taulukkolaskentaohjelmalla.

Tutkimuksessa hyödynnettävää aineistoa saatiin myös Webropol-tiedonkeruujärjestelmästä, johon kirjattiin kaikki varhaishoitokilpailuun osallistuneet ja heidän luovuttamat tietonsa. Tiedetään siis, moniko kirjeen saaneista on osallistunut ja voidaan laskea maakunnasta yhteenlaskettu varhaishoidettu metsäpinta-ala, joka on ilmoitettu kilpailuun ja näin ollen tehty siis jossain määrin kampanjan ansiosta.

Testauksen yhteydessä tarkasteltiin tilastollisia merkitsevyystasoja, SPSS-ohjelman avulla ilmoitettua, merkitsevyydestä kertovaa, tunnusta kuvataan p-arvolla. Aineistoa käsiteltäessä tilasto-ohjelmalla on testattu, onko muuttujien välillä riippuvuutta. Heikkilän (1998, 195) mukaan riippuvuus tai testattu ero on:

*tilastollisesti erittäin merkitsevä, jos  $p \leq 0,001$ .*

*tilastollisesti merkitsevä, jos  $0,01 < p \leq 0,01$ .*

*tilastollisesti melkein merkitsevä, jos  $0,01 < p \leq 0,05$ .*

*tilastollisesti suuntaa antava (oireellinen), jos  $0,05 < p \leq 0,1$ .*

Muuttujien välisiä riippuvuuksia testattiin ristiintaulukoinneissa  $\chi^2$ -riippumattomuustestillä. Ristiintaulukointeja on esitetty kysymysten ja väitteiden kohdalta niiltä osin, kun  $\chi^2$ -testin p-arvon todettiin olevan alle 0,05, eli riippuvuuksien ollessa tilastollisesti merkitseviä ei pelkästään suuntaa antavia. Joitakin tärkeimpiä ristiintaulukointeja on esitetty, vaikka ne eivät olleet riippumattomuustestin mukaan tilastollisesti tarpeeksi merkitseviä, vaan mahdollisuus saatujen tulosten syntymiseen sattumalta on liian suuri (Heikkilä 1998, 103). Ne päätettiin esittää muiden tulosten tueksi ja palvelemaan toimeksiantajan tarpeita. Sattumaan perustuvia kysymyksiä on joiltain osin tarkasteltu tuloksissa, koska ne on katsottu tärkeiksi tutkimusongelman ratkaisemiseksi.

Ongelmat tulosten merkittävydessä saattoivat johtua kyselyn suhteellisen pienestä aineistosta.

Kyselytutkimuksessa aineiston analysointiin liittyy tiettyjä riskejä, jotka usein aiheutuvat kysymysten tulkinnasta ja ymmärtämisestä. Näihin tekijöihin on kiinnitetty huomiota aineistoa analysoitaessa niissä kysymyksissä, joissa oli selvästi havaittavissa niiden heikko sisäistäminen. Tämän vuoksi tulosten tarkastelussa jouduttiin luopumaan joistain kysymyksistä. Syynä voidaan olettaa olleen kysymysten asettelun monimutkaisuus. Osa kysymyslomakkeessa esitetyistä kysymyksistä oli melko pitkiä, joten ne vaativat vastaajalta keskittymiskykyä. Kysymysten erilainen muotoilu tai asettelu olisi saattanut helpottaa vastaamista. Näillä tekijöillä ei kuitenkaan ollut merkitystä tutkimuksen varsinaisten tavoitteiden saavuttamisessa. Yksi kyselytutkimuksen riskitekijöistä on myös se, ettei voida olla täysin varmoja siitä, kuka kyselyyn todellisuudessa on vastannut.

## 7 TULOKSET JA TULOSTEN TARKASTELU

Tutkimuksen taustamuuttujiksi valittiin vastaajan sukupuoli, ikä, asuinpaikka, ammatiasema, asuinpaikan sijainti metsätilaan nähden, metsäpinta-ala, metsätilan hallinnointitapa, metsätilan omistusaika sekä metsätilan pääasiallinen sijaintikunta. Nämä taustamuuttujat valittiin tutkimukseen olettaen, että ne palvelevat parhaiten tutkimusongelmien ratkaisemista. Taustamuuttujat antavat myös hyvän vertailupohjan aikaisempiin tutkimuksiin. Aineiston analyysivaiheessa todettiin kuitenkin, ettei taustamuuttujilla ollut riittävää tilastollista merkitsevyyttä kaikkien kysymysten osalta. Joissain tutkimuksissa käytetty taustamuuttuja *puunmyynnin aikaväli* olisi saattanut tuottaa merkitsevempiä tuloksia joiltain osin.

Uusintakyselykierroksella saatiin kerättyä vain 1 % aineiston koosta. Siksi sen tulokset eivät ole kovinkaan merkittäviä, vaan suuntaa antavia. Alkuperäisen vastaamattomuuden syyksi uusintakyselykierroksella ilmoitettiin aina, että vastaaja ei uskonut vastauksensa vaikuttavan mihinkään. Uusintakyselykierroksella vastauksen antaneilla on samoja taustapiirteitä, he kaikki omistivat alle 40 hehtaaria metsää ja ovat siis melko pienen

metsätilan omistajia. Lisäksi metsätilan omistusmuotona oli perikunta tai metsäyhtymä tai muu sellainen. Uusintakyselyyn vastanneet olivat eläkeläisiä tai työttömiä, ja puolet heistä oli miehiä ja puolet naisia. Heistä kukaan ei tiennyt metsäkeskuksella meneillään olevasta taimikon varhaishoitokampanjasta eivätkä näin ollen osallistuneet varhaishoitokilpailuunkaan.

### 7.1 Metsänomistajien taustapiirteet

Pääasiallisesti kyselyn metsänomistajajoukko näyttäisi vastaavan aiempien tutkimusten pohjalta kuvattua yksityismetsänomistajien yleistä rakennetta (taulukko 3). Taulukosta voidaan havaita yksityismetsänomistajakunnassa meneillään olevan rakennemuutoksen piirteitä.

Taulukko 3. Metsänomistajien taustatiedot.

| Taustamuuttuja             | Ryhmä                              | Tämä tutkimus (2011) | Metlan tutkimus (2009)* | PTT: n tutkimus (2006)** | Metlan tutkimus (2002)*** |
|----------------------------|------------------------------------|----------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|
|                            |                                    | %                    | %                       | %                        | %                         |
| <b>Sukupuoli</b>           | <i>Mies</i>                        | 81                   | ei mitattu              | 75                       | 76                        |
|                            | <i>Nainen</i>                      | 19                   | ei mitattu              | 25                       | 24                        |
| <b>Ikä</b>                 | <i>Keski-ikä</i>                   | 61 (vuotta)          | 60 (vuotta)             | 59 (vuotta)              | 57 (vuotta)               |
| <b>Asuinpaikka</b>         | <i>Haja-asutusalue</i>             | 62                   | 55                      | 53                       | 63                        |
|                            | <i>Maaseututaajama</i>             | 12                   | 19                      | 23                       | 18                        |
|                            | <i>Kaupunki</i>                    | 26                   | 26                      | 24                       | 19                        |
| <b>Ammattiasema</b>        | <i>Palkansaaaja</i>                | 18                   | 30                      | 13                       | 30                        |
|                            | <i>Maa- ja metsätalousyrittäjä</i> | 18                   | 16                      | 32                       | 22                        |
|                            | <i>Muu yrittäjä</i>                | 7                    | 7                       | 7                        | 6                         |
|                            | <i>Eläkeläinen</i>                 | 54                   | 45                      | 44                       | 37                        |
|                            | <i>Muu</i>                         | 3                    | 2                       | 4                        | 5                         |
| <b>Metsäpinta-ala (ha)</b> | <i>Alle 20</i>                     | 12                   | 14                      | 35                       | 42                        |
|                            | <i>20 - 49</i>                     | 35                   | 29                      | 35                       | 35                        |
|                            | <i>50 - 100</i>                    | 29                   | 29                      | 19                       | 16                        |
|                            | <i>Yli 100</i>                     | 24                   | 28                      | 11                       | 7                         |

\* Suomalainen metsänomistaja 2010: metsänomistajatutkimus (Hänninen, Karppinen & Leppänen 2009)

\*\*Energiapuun tuotanto ja markkinat: Metsänomistajakysely (Järvinen, Rämö & Silvennoinen 2006)

\*\*\*Suomalainen metsänomistaja 2000 (Karppinen, Hänninen & Ripatti 2002)

Sukupuolijakauma noudattelee melko hyvin aiempia tutkimuksia metsänomistajista Suomessa. (taulukko 3). Niiden mukaan tutkimuksissa miehiä on ollut kolme neljästä, kun tässä tutkimuksessa miehiä on noin neljä viidestä kyselyyn vastanneesta. Naismetsänomistajien määrän oletetaan olevan kasvussa, mutta tulos on aiempien kaltainen, koska vielä tällä hetkellä miesten osuus metsänomistajakunnasta on suurempi. Oli siis todennäköisempää saada enemmän vastauksia miehiltä kuin naisilta. Useimmiten miehet ovat myös valveutuneempia metsäasioissa, mikä saattaa nostaa heidän vastausaktiivisuuttaan.

Metsänomistajien keski-ikä oli 61 vuotta, mikä kertoo metsänomistajakunnan ikääntymisestä. Keski-ikä on noussut järjestelmällisesti, mikä viittaa siihen, että metsänomistus on Suomessa perinteisesti ”elinikäistä” eli metsänomistajakunta vanhenee, niin kauan kun suurten ikäluokkien (vuosina 1945–1950 syntyneiden) metsätilat siirtyvät perintönä jälkipolville.

Metsällisesti aktiiviset metsänomistajat ovat yleensä myös iäkkäitä, ja he ovat omistaneet tilansa kauan sekä perehtyneet jo pitkään metsäasioihin. He ovat myös alttiita ja innokkaita vastaamaan metsää koskeviin kyselytutkimuksiin. Ikärakennetta selittää myös se, että vanhoilla ihmisillä, varsinkin eläkeläisillä, on usein enemmän aikaa paneutua vastaamaan pitkiin kyselyihin kuin nuoremmilla metsänomistajilla. Vanhimmat metsänomistajat voivat siis olla lievästi yliedustettuja tässä tutkimuksessa.

Saadut tulokset ovat melko loogisia ja kuvastavat yksityismetsänomistuksessa meneillään olevaa rakennemuutosta. Rakenteen ennakoidaan muuttuvan siten, että seuraavan kymmenen vuoden aikana metsänomistajien keski-ikä edelleen nousee, eläkeläis-, kaupunkilais- ja naismetsänomistajien määrät lisääntyvät ja viljelijöiden määrä vähenee (Metsäneuvosto 2010, 19). Maaseudulla eli haja-asutusalueella asuvien metsänomistajien osuus on vähentymässä, ja kaupungeissa asuu yhä useampi metsää omistava henkilö. Siteet maaseutuun ja metsään ovat katkeamassa.

Tämän tutkimuksen mukaan eläkeläismetsänomistajien määrä on noussut yli 50 % kaikista metsänomistajista, kehitys on siis kansallisen metsäohjelman ennakoiman mukaista. Maa- ja metsätalousyrittäjien määrä metsänomistajina on hiljalleen laskussa, mikä

kertoo viljelijöiden määrän vähenemisestä metsänomistajakunnassa. Metsää omistavat maa- ja metsätalousyrittäjät eläköityvät, minkä jälkeen tilan perii useimmiten kaupungissa asuva ja rintaperillinen, joka on usein palkansaaja.

## 7.2 Metsätilojen taustapiirteet

Suurten ikäluokkien omistamat metsät siirtyvät seuraaville sukupolville noin 15 vuoden kuluttua. Metsätilojen perintönä siirtyminen aiheuttaa metsätilojen pirstaloitumista. Selkeimpiä muutoksia tulevaisuudessa ovat seuraavat:

- *Metsätilojen lukumäärä kasvu ja keskikoon pienenee.*
- *Yhä useampi metsänomistaja asuu tilansa ulkopuolella ja kaupunkilaismetsänomistajuus on lisääntynyt.*
- *Metsänomistajat ikääntyvät: Vain runsas 10 prosenttia metsänomistajista on alle 40-vuotiaita. Lähes puolet metsänomistajista oli 60-vuotiaita tai vanhempia vuonna 2005.*
- *Naisten osuus metsänomistajina kasvaa perinnönjakojen kautta, maanviljelijöitä on metsänomistajakunnassa yhä vähemmän*
- *Lisäksi yhä useampi metsänomistaja on saanut akateemisen koulutuksen.*

Väittämät ovat asiantuntijoiden ennusteita tulevalle vuosikymmenelle. (Karppinen ym. 2002, 11–12; Rämö ym. 2009, 34–44; Järvinen ym. 2006, 11–13.)

Tämän tutkimuksen kannalta merkittävää oli yli sata hehtaaria metsää omistavien kyselyyn vastanneiden aiempaa suurempi osuus. Vastaaajista noin joka neljäs omisti yli sata hehtaaria metsää. Saatu tulos on viimeisten kahden vuoden aikana tehtyjen tutkimusten kanssa samansuuntainen, eli yli sata hehtaaria metsää omistavien osuus kaikista metsänomistajista on kasvanut. Vastaavasti pientilallisten eli alle 20 hehtaaria metsää omistavien osuus oli pienentynyt, vastanneista vain 12 % omisti alle 20 hehtaaria metsää. Tulos on ristiriidassa ennusteiden kanssa. Tämä selittyy kuitenkin uusien yhteismetsien syntymisellä. Vuonna 2003 astui voimaan yhteismetsälaki, joka mahdollisti useam-



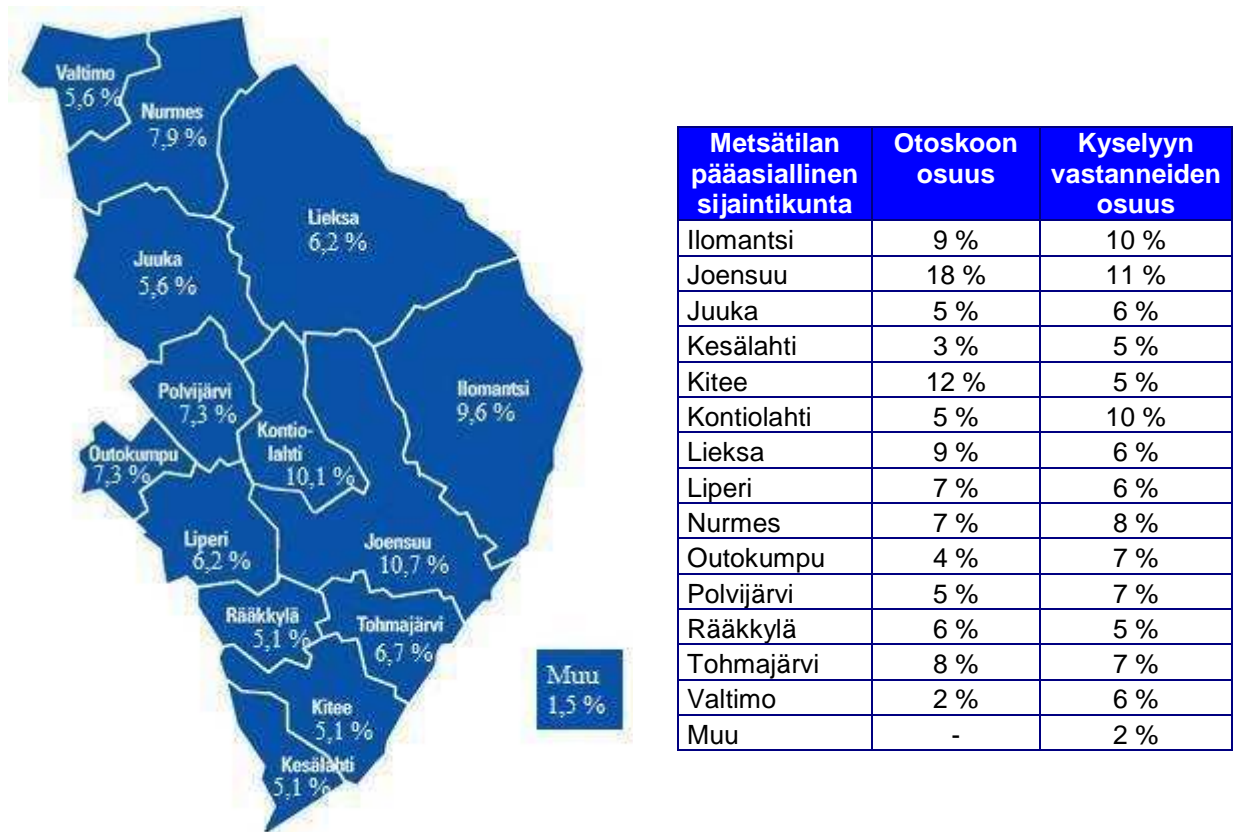
man omistajan käytännöllisemmän ja helppohoitoisemman omistusmuodon kuin esim. metsäyhtymä.

*Yhteismetsällä tarkoitetaan – – kiinteistöille yhteisesti kuuluvaa aluetta, joka on tarkoitettu käytettäväksi kestävän metsätalouden harjoittamiseen sen osakkaiden hyväksi.*  
(L2003/109 2003.)

Käsitteenä yhteismetsä on metsänomistajakunnalle varmasti vieras uutuutensa takia, mutta kyselyssä 7,3 % ilmoitti pääasialliseksi metsänomistusmuodokseen metsäyhtymän tai muun sellaisen, eli tähän prosenttilukuun sisältyvät myös yhteismetsien osakkaat. Todennäköisesti tulevaisuudessa prosenttiluku kasvaa ja metsätilojen pirstoutuminen vähenee yhteismetsien perustamisen ansiosta. Perhemetsänomistuksessa on vielä kuitenkin suurin osa tiloista, 87 % vastaajista ilmoitti metsätilan pääasialliseksi omistusmuodoksi yksin tai yhdessä puolison kanssa omistuksen. Perikunnan jäseniä vastanneista oli 5,6 %.

Myös asuinpaikan etäisyyden katsottiin vaikuttavan omatoimiseen metsäyönteeseen kuten esim. varhaishoitotyöaktiivisuuteen. Vastaajista vähän alle puolet, 44,4 %, ilmoitti asuvansa metsätilallansa, asuinkiinteistö sijaitsee siis samassa paikassa metsäkiinteistön kanssa. Joka neljäs vastaajista (25,3 %) asui yli 50 kilometrin päässä metsätilaltaan, osa jopa satojen kilometrien päässä metsäpalstastaan. Myös metsätilan omistajan uskottiin vaikuttavan varhaishoitotyön tekoon ja tietämykseen työläjien merkityksestä. Lähes kaksi kolmesta vastanneesta (58,9 %) metsänomistajasta oli omistanut tilansa yli 20 vuotta, tulos kertoo myös vastaajien ikärakenteesta. Tulevan 15 vuoden kuluessa nämä tilat siirtyvät perintönä nuoremmille, jolloin ennusteet kaupunkilais- ja naismetsänomistajien lisääntymisestä todennäköisesti käyvät toteen.

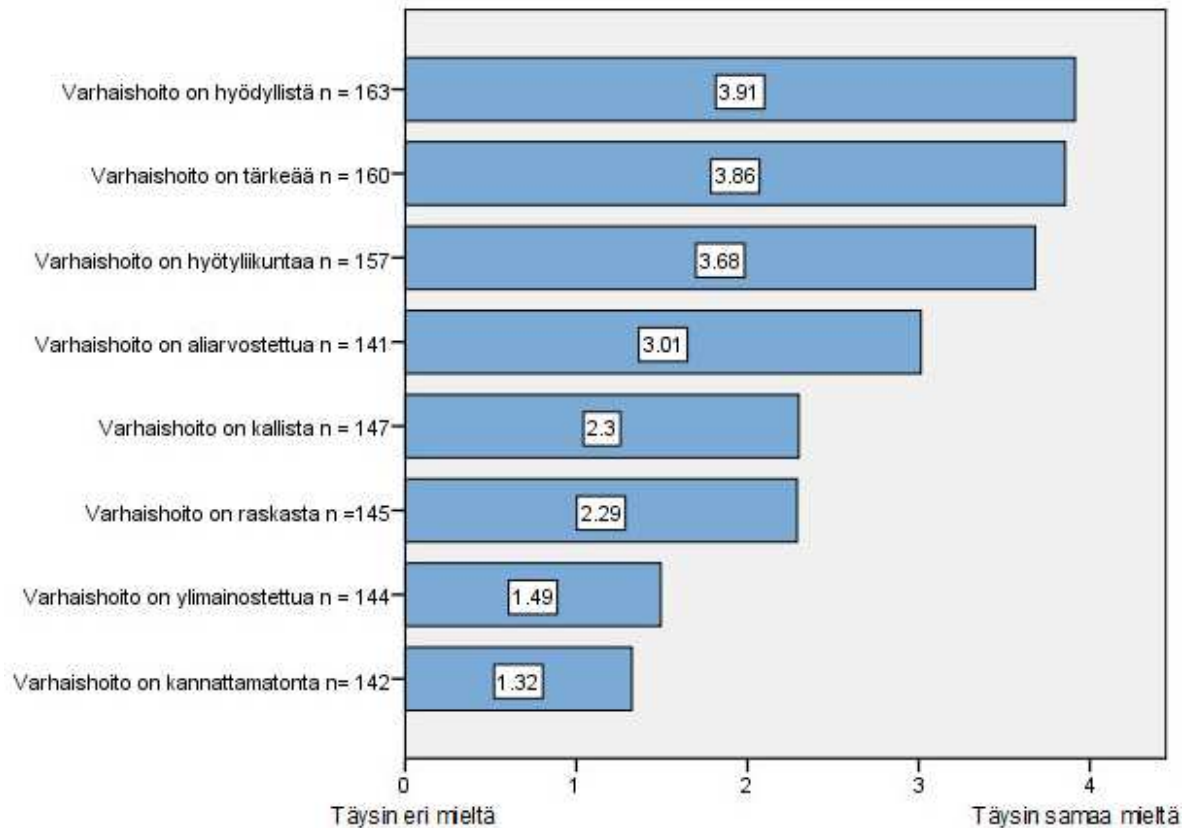
Kuvasta 5 voidaan havaita, että tutkimuksesta saadut tulokset kattavat melko tasaisesti Pohjois-Karjalan maakunnasta metsää omistavat henkilöt. Kyselyyn vastanneiden alueellinen jakauma noudatti kiintiöityä otosta riittävän tarkasti tutkimuksen luotettavuuden kannalta. Toisin sanoen otosjoukko ja kyselyyn vastanneet kattavat Pohjois-Karjalan alueen toivotusti.



Kuva 4. Tutkimuksen vastauksien jakautuminen Pohjois-Karjalan alueelle pääasiallisen metsänomistuskunnan mukaan.

### 7.3 Mielikuva varhaisoidosta

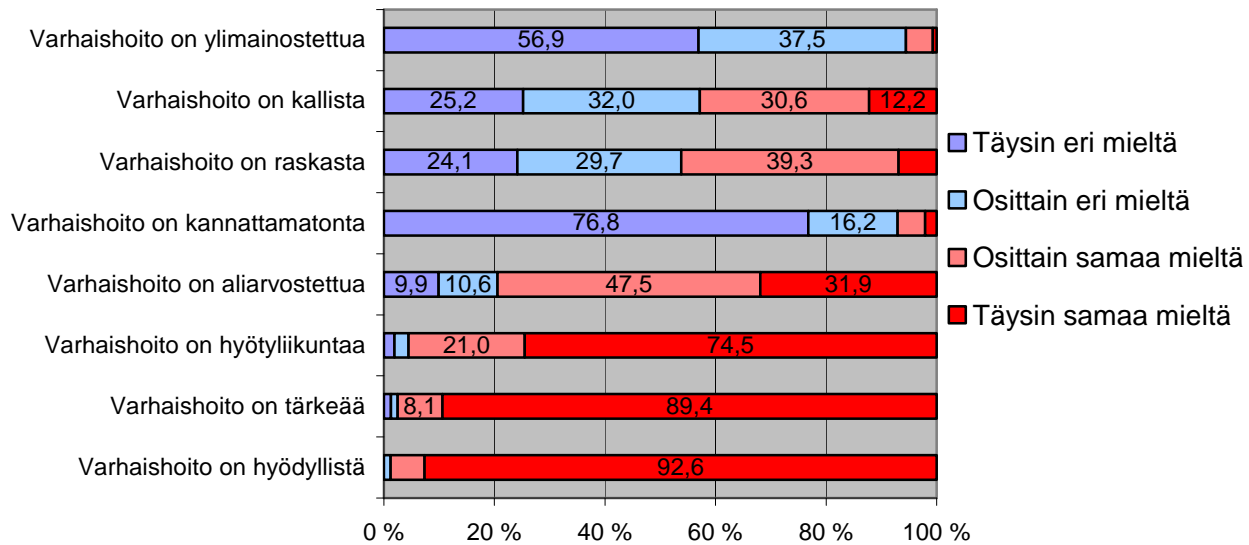
Varhaisoidon arvostuksen oletetaan olevan melko heikkoa, koska metsänomistajien uskotaan pitävän varhaishoitoa työläänä, raskaana ja aikaa vievänä, eikä varhaisoidon tärkeyttä ja merkitystä metsänhoidollisesti todennäköisesti tiedosteta. Kuviot 4 ja 5 esittävät vastaajien mielikuvaa varhaisoidosta. Tulosten perusteella metsänomistajilla oli melko yhteneväinen näkemys varhaisoidosta. Vastamattomien osuus kysymyksittäin vaihteli 0–20 %. Suurin osa metsänomistajista oli sitä mieltä, että varhaishoito on hyödyllistä ja tärkeää metsänhoidon kannalta ja että varhaishoito käy myös hyötyliikunnasta. Eniten vastaajien mielipiteitä jakoivat väittämät: *varhaishoito on kallista ja raskasta*. Suurin osa vastaajista tunnusti varhaisoidon olevan tärkeä metsätyönlaji, mutta osalle sen kustannukset ja työn vaativuus olivat ylivoimaisia, kun toiset taas eivät pitäneet varhaishoitoa kovinkaan kalliina tai raskaana työläjina.



Kuvio 4. Metsänomistajien mielipidekeskiarvot varhaishoidosta.

Neliportaista Likert-asteikkoa tulkittiin suuremman havainnollisuuden saavuttamiseksi siten, että *eri mieltä* edustivat arvot 1 ja 2 ja *samaa mieltä* arvot 3 ja 4. Vastaajille ei jätetty vaihtoehtoa *en osaa sanoa*, koska haluttiin kaikilta vastaajilta selkeä mielipide joko puolesta tai vastaan. Taulukosta on kuitenkin havaittavissa, että mitä lähempänä mielipidekeskiarvo on arvoa 2,5, niin sitä enemmän väittämä on jakanut mielipiteitä ja sitä enemmän vastauksissa on todennäköisesti epävarmuutta.

Kuviosta 5 havaitaan, että vastaajista noin 90 % piti taimikon varhaishoitoa hyödyllisenä ja tärkeänä. Kolme neljästä vastaajasta koki varhaishoidon hyötyliikunnaksi, ja loput vastaajat olivat suurimmaksi osaksi osittain samaa mieltä. Varhaishoitoa aliarvostettuna piti yli kolme neljäsosaa vastaajista, ja ylimainostettuna varhaishoitoa ei pidetty juuri ollenkaan. Kuitenkin 5–20 %:iin vastaajista sisältyy joukko, joka ei juuri arvosta taimikon varhaishoitoa ja pitää varhaishoidon mainostamista ja kampanjoimista melko turhana.



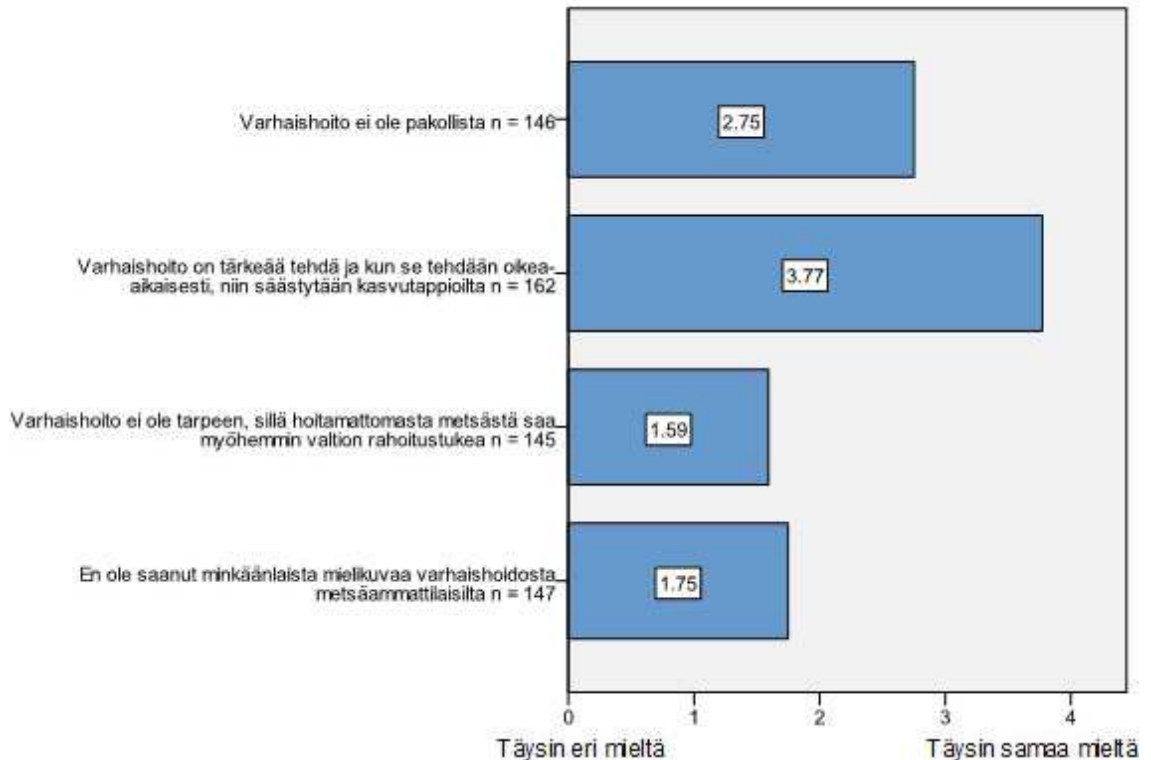
Kuvio 5. Vastaajien mielikuvajakaumat varhaishoidosta (mielipidejakaumat).

Eniten mielipiteitä jakoivat väittämät varhaishoidon kalleudesta ja varhaishoidon isotöisyydestä. Taimikon varhaishoitoa raskaana työajajina piti 46,2 % vastanneista, ja loput 53,8 % olivat osittain tai täysin erimieltä siitä, että varhaishoito olisi raskasta. Epävarmuustekijöitä vastauksissa on useita, koska tutkimuksessa kysyttiin vain mielikuvaa eikä vastaamiseen asetettu ehtoja esimerkiksi siitä tiedetäänkö taimikon varhaishoidosta teoriassa tai käytännössä mitään. Varhaishoidosta voidaan ajatella, että se on työlästä tai helppoa, jos sitä ei ole koskaan tehty tai sitten on vastattu omien positiivisten tai negatiivisten varhaishoitokokemusten pohjalta.

Kalliina työajajina varhaishoitoa piti 42,8 % vastaajista, osittain varhaishoidon kalleudesta eri mieltä oli 32 % vastaajista. Loput 25,2 % olivat täysin erimieltä siitä, että varhaishoito olisi kallista eli noin neljännes vastaajista koki varhaishoidon edulliseksi työajajiksi. Edullista varhaishoito on varsinkin silloin kun työ tehdään itse ja työmenetelmät ja välineet ovat edullisia. Vastauksiin vaikuttaa kuitenkin paljon vastaajan ensimmäinen mielikuva varhaishoidosta. Se voi olla helppoa heinäpolkemista aurinkoisella säällä tai raivaussahalla työskentelyä kaatosateessa tai jotain siltä väliltä. Kuitenkin hintaan vaikuttavat työmenetelmät ja, se tehdäänkö työ itse vai teetetäänkö se ulkopuolisella.

Metsänomistajien mielikuviin metsäasioissa vaikuttavat paljon myös metsäammattilaisten käytöksellään ja mielipiteellään aikaansaama mielikuva. Kuviossa 6 tarkastellaan metsäammattilaisten aikaansaamaa mielikuvaa varhaishoidosta. Neliportaista Likert-

asteikkoa käytettiin tässäkin kysymyksessä havainnollistamaan metsänomistajien mielikuvia.

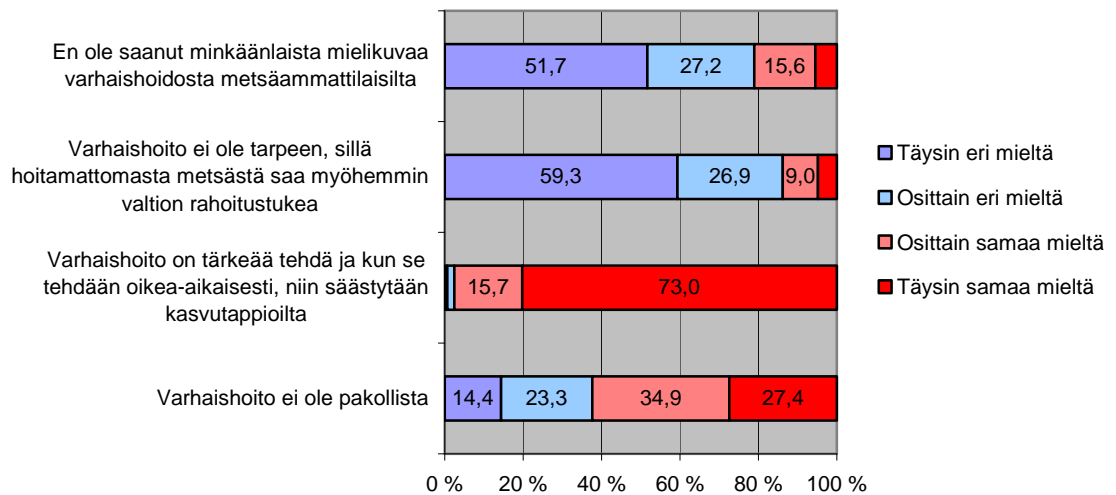


Kuvio 6. Metsäammattilaisilta saatu mielikuva varhaishoidosta (mielipidekeskiarvo).

Kuten jo aiemmin todettiin, suurin osa metsänomistajista pitää varhaishoitotyötä tärkeänä. Myös metsäammattilaisten antama mielikuva varhaishoidosta vastaa tätä tulosta. Väittämän *Varhaishoito on tärkeää tehdä ja kun se tehdään oikea-aikaisesti, niin säästyään kasvutappioilta* kanssa samaa mieltä oli 88,7 % vastanneista (kuviokuva 7). Voidaan siis todeta, että varhaishoitoa pidetään kaiken kaikkiaan melko tärkeänä työmuotona metsätaloudessa.

Likert-asteikosta voidaan nähdä, että mitä lähempänä mielipidekeskiarvoa 2,5 ollaan, sitä epävarmempia on todennäköisesti oltu vastauksen suhteen. Kaikki metsänomistajat eivät välttämättä tiedä taimikon varhaishoidon pakollisuutta työajajina, sillä sen kuulumista uudistamisvelvoitteen yhteyteen ei ehkä ole tiedostettu. Tämän tutkimuksen tulokset osoittavat samaa, sillä vain 37,7 % pitää taimikon varhaishoitoa pakollisena ja loput 62,3 % uskovat varhaishoidon olevan vapaaehtoinen työlaaji. Kysymyksen asettelun johdosta voidaan myös päätellä, etteivät metsäammattilaisetkaan ole viestineet tar-

peeksi ja selkeyttäneet metsänomistajille, mitä kaikkea lakiin kirjattu uudistamisvelvoite pitää sisällään.



Kuvio 7. Metsäammattilaisilta saatu mielikuva varhaisoidosta (mielipidejakaumat).

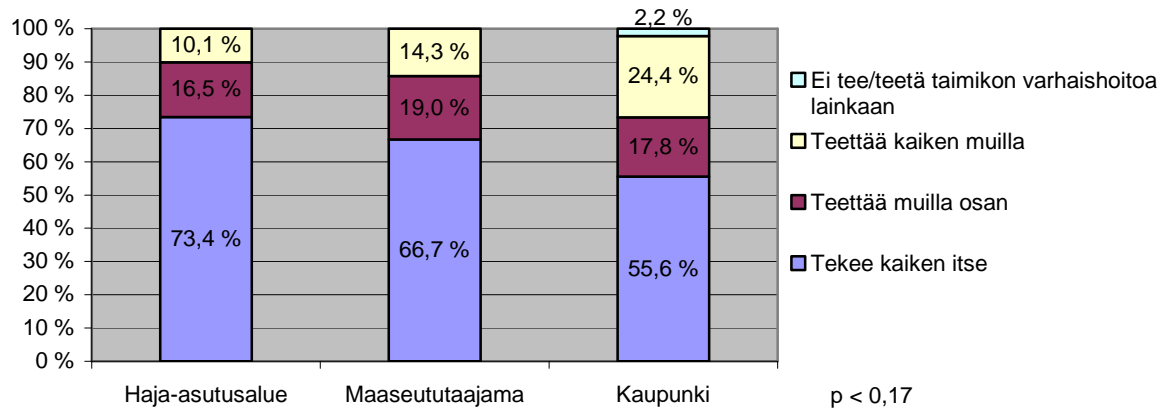
Väittämä *Varhaishoito ei ole tarpeen, sillä hoitamattomasta metsästä saa myöhemmin valtion rahoitustukea* jakoi mielipiteet seuraavasti: eri mieltä oli 86,2 % vastaajista ja samaa mieltä 13,8 %. Varhaishoitoa pidetään siis tärkeänä, mutta joka kymmenes metsänomistaja painottaa valtion rahallisen avustuksen merkitystä.

Lähes neljä viidestä oli saanut mielikuvan varhaisoidosta metsäammattilaisilta, mutta mielikuvan oikeellisuus on kuitenkin eri asia. Loppujen, vähän yli 20 % vastaajista, muodostamaan varhaisoidon mielikuvaan metsäammattilaiset eivät olleet vaikuttaneet. On siis tärkeää muistaa, että metsänomistajien siteitten katketessa maaseutuun ja omaan metsäänsä metsäammattilaisten edustama mielipide vaikuttaa suurelta osin metsänomistajankin mielikuvaan metsäsasioista.

#### 7.4 Varhaishoitoaktiivisuus

Kyselyyn osallistuneilta tiedusteltiin heidän aktiivisuuttaan varhaisoidossa. Tulosten mukaan omatoimista taimikon varhaishoitotyötä tekeviä oli 85,1 %, joista 17,1 % teetti osan varhaishoitotöistä muilla. Kaikki varhaishoitotyöt muilla teettäviä metsänomistajia oli 14,3 %, ja 0,6 % ilmoitti, ettei tee varhaishoitotöitä lainkaan. Ristiintaulukoinneissa

ei havaittu suuria merkitsevyyksiä taustamuuttujien suhteen. Kuvion 8 taulukko on siis vain suuntaa antava tilastollisesti mutta kertoo asuinpaikan sijainnin vaikutuksesta varhaishoitoaktiivisuuteen.



Kuvio 8. Asuinpaikan vaikutus varhaishoitoaktiivisuuteen. n = 175.

Kuviosta 8 voidaan havaita, että maaseudulla asuvat tekevät omatoimisesti enemmän varhaishoitoa. Kaikki, jotka ilmoittivat, etteivät tee tai teetä taimikon varhaishoitoa asuvat kaupungissa, kaikista vastaajista 0,6 %. Kaupunkilaismetsänomistajien keskuudessa metsätöiden teettäminen on yleisempää, sillä joka neljäs kaupunkilaismetsänomistaja teettää kaiken varhaishoitotyön ulkopuolisella työntekijällä.

### 7.5 Vertailuryhmien varhaishoitomäärät ja varhaishoitoaktiivisuus

Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään taimikon varhaishoitokampanjan aikaan saamaa vaikutusta kahden vertailuryhmän avulla. Tässä tutkimuksessa kohderyhmänä toimi kampanjassakin kohderyhmäksi segmentoidut metsänomistajat, joille myös kampanjan suoramarkkinointikirje lähetettiin. Vertailuryhmän metsänomistajille ei lähetetty kampanjakirjettä, mutta he ovat voineet saada tiedon kampanjasta muutoin, esimerkiksi lehdistärtikkelin tai kampanjatapahtuman kautta. Yhteinen taustatekijä molemmilla tässä tutkimuksessa vertailtavilla ryhmillä on kuitenkin se, että heidän metsätalaltaan on vuosina

2002–2008 välisenä aikana tehty metsänkayttöilmoitus avohakkuusta, eli heidän metsätilallaan oletetaan olevan varhaishoidon tarpeessa olevaa pientä taimikkoa.

Vertailuryhmien varhaishoitomääriä ja varhaishoitotarvetta kysyttiin menneen viiden vuoden ajalta ja ryhmittäin selvitettiin myös aikomusta tehdä tai teettää varhaishoitoa tulevien viiden vuoden aikana. Kyselylomakkeessa kerrottiin, että taimikon varhaishoitolla tarkoitetaan heinimistä sekä taimikon varhaisperkausta, jota tehdään alle 2 metrin taimikoissa. Toisin sanoen varhaishoidossa poistetaan kasvatettavien taimien ympäriltä niitä haittaava heinä, vatukko ja lehtipuuvesakko. Työmenetelmänä käytetään joko heinien polkemista maahan tai raivaussahalla perkaamista.

Vaikka kyselylomakkeessa varhaishoidon termi on aukikirjoitettu mahdollisimman kuvaavasti, voi vastauksissa virhettä aiheuttaa se, että vastaajat saivat itse määrittellä varhaishoidontarpeessa olevien taimikoidensa määrän. Varhaishoidontarve on siis vastaajan määrittämä eli perustuu paremminkin mielipiteeseen kuin faktatietoon. Varhaishoitotarve ei välttämättä kata kaikkia pieniä taimikoita metsänomistajan tilalla, sillä monet eivät pidä esimerkiksi kuivan kankaan männyntaimikkoa varhaishoitoa tarvitsevana. Tämä voi luoda virhettä vastauksiin.

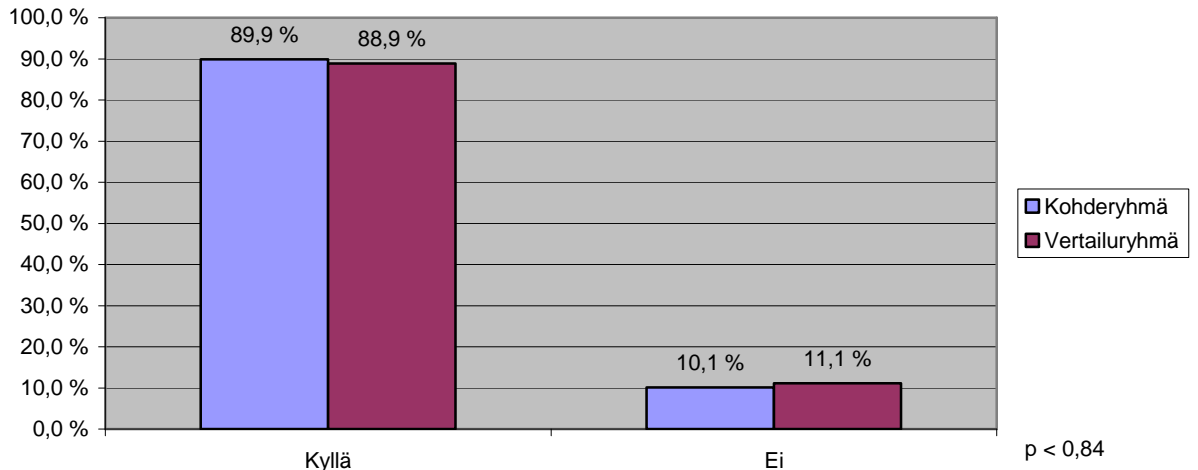
Tarkasteltaessa vertailuryhmien välisiä taimikonhoitomääriä suhteutettuna varhaishoitontarpeeseen havaitaan ryhmien välinen ero varhaishoitoaktiivisuudessa. Oletuksena on, että jos kampanjan kohderyhmän varhaishoitoaktiivisuus on korkeampi kuin vertailuryhmän aktiivisuus, on kampanjalla niiden erotuksen verran voitu kasvattaa taimikon varhaishoitomääriä Pohjois-Karjalan alueella.

Tulos vertailussa oli seuraava:

Kampanjan kohderyhmä oli toteuttanut varhaishoitoa 73,5 % pinta-alasta, jolla he katsoivat olleen varhaishoidon tarvetta. Vertailuryhmä sen sijaan oli toteuttanut varhaishoitoa tarpeestaan 72,2 %. Erotus näin ollen on 1,3 %. Kampanjalla on siis suoraan tai välillisesti saatu nostettua varhaishoitomääriä Pohjois-Karjalan alueella noin prosentin verran. Luku on varsin pieni, mutta positiivinen kuitenkin.



Lisäksi tulevien viiden vuoden aikana varhaishoitoa ilmoitti tekevänsä tai teettävänsä lähes 89,9 % kohderyhmän jäsenistä, kun taas vertailuryhmässä varhaishoitotöitä aikoi tehdä tai teettää 88,9 %, ristiintaulukointitulos kuviossa on 9. Tämä vahvistaa näkemystä kampanjan vaikutuksesta kohderyhmän varhaishoitoa hieman nostavasti. Kuitenkin  $\chi^2$ -riippumattomuustesti osoittaa että ristiintaulukoinnin tulos on tilastollisesti vain suuntaa antava koska  $0,05 < p \leq 0,1$ .



Kuvio 9. Aikomus tehdä/teettää varhaishoitoa vertailuryhmien välillä tulevan viiden vuoden aikana.  $n = 160$ .

Kohderyhmä varhaishoitoaktiivisuus näyttäisi jatkossakin siis olevan yhden prosentin suurempaa kuin vertailuryhmän. Tämä saattaa johtua tietoisuuden lisääntymisestä kohderyhmän sisällä. Kampanjan sanoma varhaishoidon merkityksestä on mitä ilmeisimmin omaksuttu kohderyhmässä, ja tämän vuoksi sen varhaishoitoaktiivisuus on keski-vertoa hieman suurempi.

Pohjois-Karjalan alueellisessa metsäohjelmassa pelkän taimikon varhaisperkauksen vuotuiseksi työmäärätavoitteeksi on asetettu 7 300 hehtaaria ja määrästä viimeisimmän sertifiointin mukaan oli täyttynyt vain 58 % eli noin 4 230 hehtaaria (Karppinen 2008, 12). Jos vuoden 2010 kaltaisilla taimikonvarhaishoitokampanjoilla saadaan alueellinen varhaishoitomäärä nousemaan 1,3 %, tarkoittaa tämä vuodessa lisää noin 55 hehtaaria hoidettuja taimikoita.

Prosentin ero on kuitenkin hyvin pieni, ja tulos on tilastollisesti vain suuntaa antava. Tulos osoittaa siis, että ihmisten tekoihin on hankala suoraan kampanjoinnin keinoin

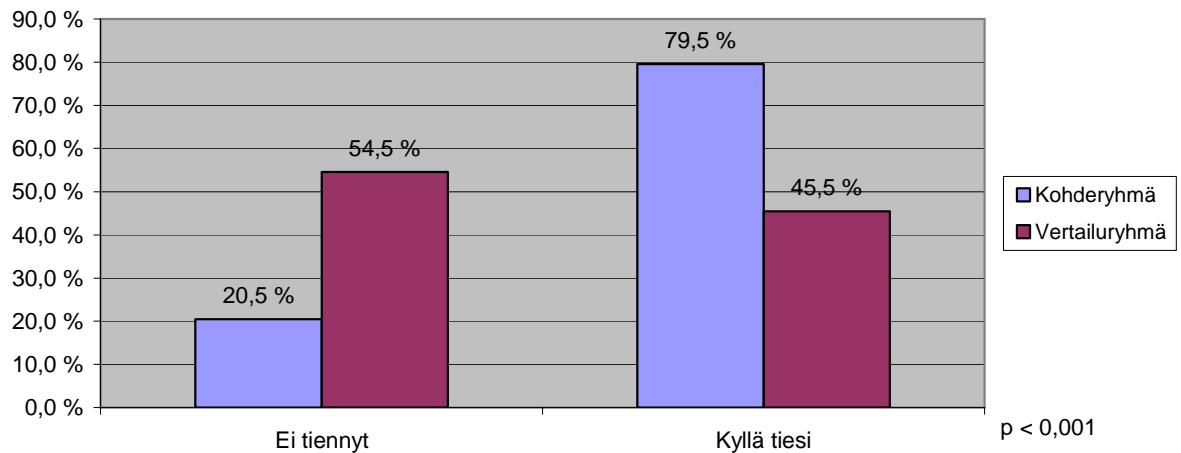
vaikuttaa. Mielikuvia ja käsityksiä on helpompi muokata, mutta toiminnan aikaansaaminen vaatii muutakin kuin positiivisen ajatuksen luomisen ja mahdollisuuden voittaa kilpailussa. Fyysisesti raskas ja tekijältään aikaa vaativa työ tarvitsee paljon kannustimia ja tukea.

## **7.6 Kampanjan vaikuttavuus**

Kampanjan vaikuttavuutta selvitettiin usealla kysymyksellä. Vastauksia haettiin metsänomistajien reaktioista sekä siitä, toimiko kampanja aktivoivana tekijänä varhaishoiton toteuttamisessa. Lisäksi kampanjaan ja kampanjakilpailuun osallistumisen syitä tutkittiin. Kysymysten avulla Pohjois-Karjalan metsäkeskus pystyy tehokkaasti arvioimaan taimikon varhaishoito kampanjan tavoitteiden onnistumista.

### **7.6.1 Tieto kampanjasta**

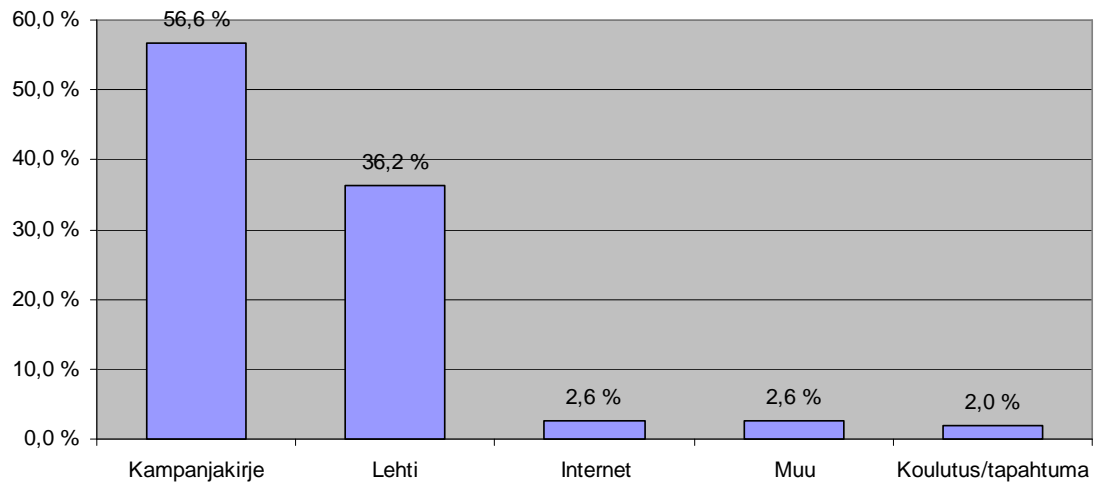
Vuoden 2010 taimikon varhaishoitokampanja oli Pohjois-Karjalan alueella näkyvissä lehtiartikkelein, teematapahtumin sekä kohdistetulla kirjekampanjalla 1 582 metsänomistajalle. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään erityisesti tämänkaltaisten kampanjoiden vaikutuksia metsänomistajiin. Taimikon varhaishoitokampanja oli vielä meneillään kun kysely toteutettiin. Tuolloin kampanjasta ilmoitti tietävänsä 62,5 % (n = 176) vastanneista. Kyselytutkimus siis toimi yhtenä kampanjasta kertovana tekijänä muiden kampanjatoimenpiteiden joukossa.



Kuvio 10. Vertailuryhmien välinen tietämys metsäkeskuksen taimikon varhaishoitokampanjasta.  $n = 176$ .

Ristiintaulukoitu kohderyhmän ja vertailuryhmän välinen tietotaso oli oletettavasti tilastollisesti merkittävällä tasolla (kuvio 10). Taustatekijän, sen kumpaan ryhmään metsänomistaja kuului, riippuvuus kampanjasta tietämykseen oli erittäin merkitsevä. Neljä viidestä kohderyhmän vastaajasta ilmoitti tietävänsä meneillään olevasta kampanjasta, mutta joka viides kohderyhmään kuuluneista vastaajista ei kuitenkaan tiennyt taimikon varhaishoitokampanjan olemassa olost, vaikka heille oli keväällä 2010 lähtenyt kampanjakirje. Vertailuryhmässä tietämys metsäkeskuksen kampanjasta jakautui lähes puoleksi, 54,5 % vertailuryhmän vastanneista tiesi kampanjasta ja puolestaan 45,5 % ei tiennyt.

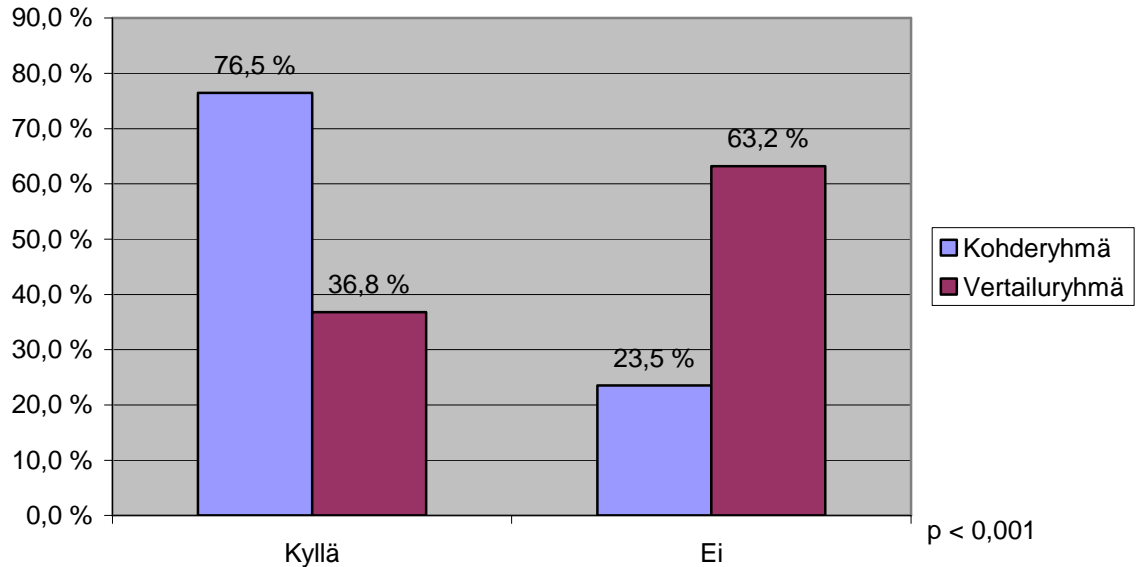
Vastaajille, jotka ilmoittivat tienneensä varhaishoitokampanjasta, esitettiin lisäkysymyksissä yhteydessä *saitte tietää kampanjasta*. Kysymykseen vastasivat kaikki kampanjasta tienneet 62,5 % eli 110 henkilöä. He antoivat yhteensä 152 vastausta, eli jokainen vastaaja merkitsi 1,3 tapaa, jolla he saivat tiedon kampanjasta (kuvio 11). Tärkeimpänä tiedonlähteenä kampanjasta toimi kampanjakirje, toiseksi eniten kampanja oli tullut vastaajien tietoisuuteen lehdistä. Vastaajilla oli mahdollisuus ilmoittaa myös lehti, josta he olivat kampanjasta lukeneet. Eniten tiedon saaneita oli Metsälehdestä, muina tiedonlähteinä mainittiin mm. Maaseudun Tulevaisuus, Karjalainen, Savotta, Terve Metsä, Osuuspankin ja metsänhoitoyhdistyksen lehti. Internetistä, koulutuksista tai tapahtumista ja muualta tiedon oli saanut vajaa 10 % vastanneista.



Kuvio 11. Tietolähde kampanjasta. n = 152.

Lisäksi tutkimuksessa kysyttiin *oletteko saanut kirjeen taimikon varhaishoitokampanjasta Pohjois-Karjalan metsäkeskukselta?* Kysymys esitettiin vastausten luotettavuuden parantamiseksi, sillä jo ennakkoon tiedettiin kirjeen saaneet henkilöt, heitä oli otoskoosta puolet eli 200 henkilöä. Näistä käytetään tässä tutkimuksessa myös nimitystä kohderyhmä. Vastausten tultua kohderyhmän vastaajat saatiin selville kysymyslomakkeen perusteella, sillä vertailuryhmille lähetettiin hieman erilaiset kyselylomakkeet.

Kohderyhmästä kyselyyn vastasi 89 henkilöä eli 50 % vastanneista. Sinänsä tutkimustuloksia voidaan pitää varsin vertailukelpoisina, koska vastaajista puolet kuuluu vertailuryhmään ja puolet kohderyhmään. Kuitenkin tulos kampanjakirjeen saamista koskevassa kysymyksessä taustamuuttujana käytettäessä kohde- ja vertailuryhmää oli hieman erikoinen, tulos on esitetty kuviossa 12. Vastaamatta jätti 3,6 %.



Kuvio 12. Vertailuryhmien välinen tilanne kampanjakirjeen saamisessa.  $n = 172$ .

Tulos oli tilastollisesti erittäin merkitsevä, eli tulos oli riippuvainen taustamuuttujasta. Jopa 23,5 % kohderyhmästä väitti, ettei ole saanut kyseistä kampanjakirjettä, vaikka todellisuudessa kaikille kohderyhmään kuuluneille kampanjakirje postitettiin henkilökohtaisesti. Lisäksi jopa 36,8 % vertailuryhmästä väitti saaneensa kirjeen, vaikka heille ei kampanjasta ennen tätä kyselyä tiedotettu suoraan postitse.  $\chi^2$ -riippuvuustestin mukaan tulos on joka tapauksessa merkittävä eli alun perin vastaajien luotettavuutta mittaavalla kysymyksellä on saatu tutkimuksen reliabiliteettia.

Kysymyksen asettelu voi aiheuttaa epävarmuutta vastauksissa. Paremmen tuloksen olisi voinut tuottaa kysymys *oletteko saanut kirjeen taimikon varhaishoitokampanjasta Pohjois-Karjalan metsäkeskukselta alkukesällä 2010?* Kyselylomakkeen pituuden ja vaativuuden takia pyrittiin kysymyksiä yksinkertaistamaan niin paljon kuin mahdollista. Aikamäärään lisääminen olisi voinut täsmentää kysymystä. Sitä ei kuitenkaan kyselylomaketta lähetettäessä arvioitu merkitykselliseksi kysymyksen kannalta, koska oletettiin vastaajien ymmärtävän kampanjakirjeen saaminen selkeästi, joko sellainen on tullut tai ei ole tullut kampanjan alkuaikana. Lisäksi kysymys pyrittiin sijoittamaan kyselylomakkeen alkuun niin varhaiseen vaiheeseen, ettei kampanjakysymyksiä ollut vielä voitu havaita eikä tutkimuksen kyselylomaketta olisi voinut sotkea kampanjakirjeeseen.

Kysymyksen monimutkaisuus saattoi kuitenkin hämmäntää vastaajia, ja he saattoivat pitää kyselylomaketta tai saatekirjettä tällaisena kampanjakirjeenä. Varsinkin saatekir-

jeessä oli mahdotonta sivuuttaa varhaishoitokampanja aiheena, muutoin otosjoukolle olisi jäänyt selvittämättä tutkimuksen tavoite.

On myös mahdollista, että kohderyhmän postissa tullut kirje on jäänyt lukematta tai vertailuryhmästä osa kokee saaneensa kampanjakirjeen, jos muistaa vain lukeneensa kampanjasta jostain lähteestä. Luultavasti osa vertailuryhmästä, vastausprosentin perusteella, on saanut kampanjakirjeen, mutta se on mitä todennäköisimmin tullut joko muulta metsäkeskukselta tai metsäorganisaatiolta, ei Pohjois-Karjalan metsäkeskukselta, niin kuin kysymyksessä oli ehtona.

### 7.6.2 Kampanjan aikaansaamat toimenpiteet

Metsänomistajien aktivoitumista kampanjan johdosta selvitettiin usealla kysymyksellä. Aktiivisuutta ja aktivoitumista osoittavat erilaiset reaktiot kampanjaan. Lisäksi selvitetiin, oliko kampanja antanut kimmokkeen varhaishoidon tekemiseen vai olisiko vastaajien taimikon varhaishoitotyöt tullut tehdyksi ilman tällaista kampanjaa.

Taulukko 4. Kampanjan vaikutus metsänomistajiin.

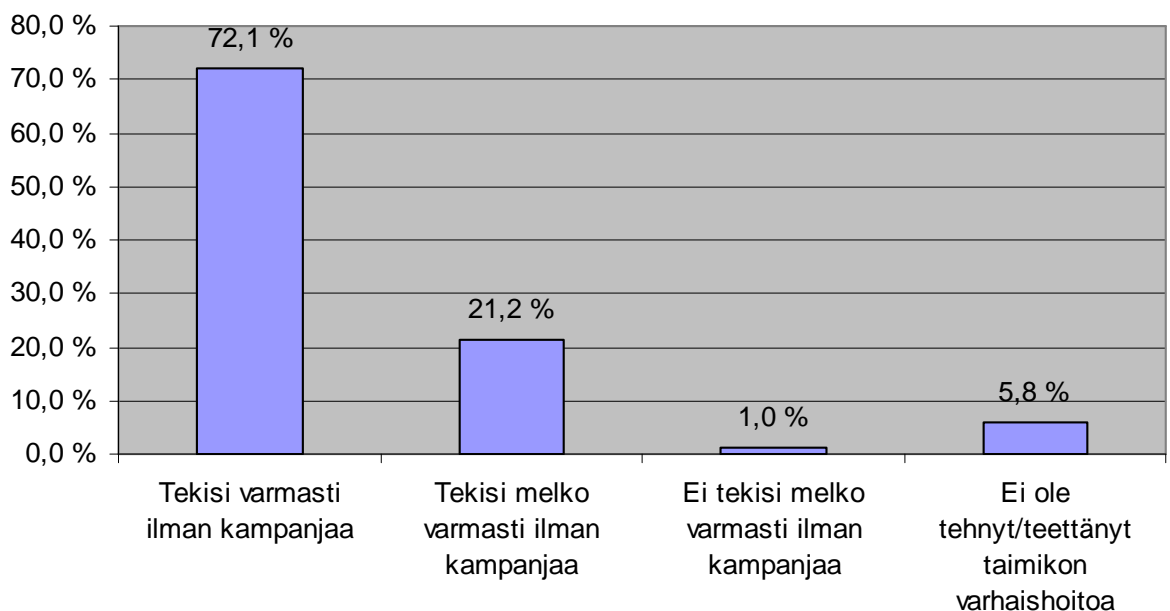
|   | Kyllä<br>% | Ei<br>% |
|---|------------|---------|
| Otitteko yhteyttä metsäkeskukseen saadaksenne lisätietoja kampanjasta? n = 107              | 3,7        | 96,3    |
| Kävittekö metsäkeskuksen koulutuksissa/ tapahtumissa kun saitte tietää kampanjasta? n = 105 | 1,0        | 99,0    |
| Vierailitteko metsäkeskuksen internet -sivuilla kampanjan takia? n = 104                    | 14,4       | 85,6    |
| Tiesittekö ennen kampanjaa, mitä varhaishoito on? n = 110                                   | 96,4       | 3,6     |
| Olitteko tehnyt/teettänyt varhaishoitotyötä ennen kampanjaa? n = 110                        | 95,5       | 4,5     |

Taulukosta 4 voidaan havaita, ettei kampanja aiheuttanut suuria toimenpiteitä metsänomistajien keskuudessa. 14,4 % vastaajista vieraili metsäkeskuksen internetsivuilla kampanjan takia, mutta muuten yhteyttä metsäkeskukseen ei oltu alttiita ottamaan, ja vain 1 % kävi metsäkeskuksen koulutuksissa tai tapahtumissa saatuaan tiedon kampan-

jasta. Käytännössä vain yksi henkilö vastanneista oli käynyt kampanjaa koskevassa tapahtumassa tai koulutustilaisuudessa. Tämän vuoksi kysymykset, jotka koskivat koulutuksiin ja tapahtumiin osallistumista, jouduttiin tulosten tulkinnassa hylkäämään.

Yli 95 % vastaajista tiesi ennen kampanjaa, mitä varhaishoito on, ja oli myös tehnyt sitä ennen kampanjaa. 3,6 %:lle vastanneista selvisi kampanjan yhteydessä taimikon varhaishoitotermin merkitys, eli noin yhdelle metsänomistajalle 25:stä varhaishoidon termi oli täysin tuntematon ennen kampanjaa. Kampanja antoi siis osalle täysin uutta tietoa. Terminä taimikon varhaishoito saattaa olla vieras, ja se mielletään usein varsinaiseksi taimikonhoidoksi. Lisäksi termit heiniminen ja perkaus, jotka ovat varhaishoidon menetelmiä, voivat olla vieraita. Tulos kuitenkin osoitti, että kaikki, jotka ovat tehneet varhaishoitoa, tietävät myös, mitä se tarkoittaa.

Tutkimuksessa selvitettiin kampanjoiden merkitystä aktivoivana tekijänä varhaishoidon toteutuksessa. Kysymyksellä *Olisiko taimikkonne varhaishoito tullut tehtyä ilman kampanjaa* testattiin metsäkeskuksen kampanjan iskulausetta *Päivä taimikollesi*, moniko vastaajista käyttäisi päivän taimikolleen ilman erityistä kehotusta.

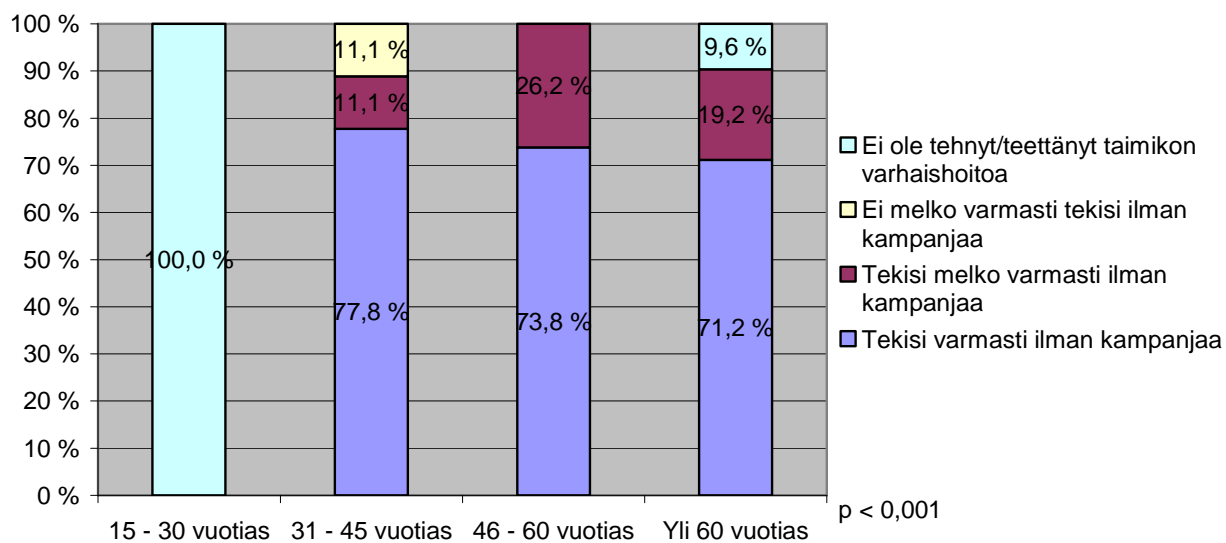


Kuvio 13. Kampanjan vaikutus varhaishoitotyön tekemiseen. n = 104.

Kuviosta 13 voidaan havaita, että kampanja toimi aktivoivana tekijänä varhaishoidon toteuttamisessa vain 1 %:lle vastaajista. 72,1 % vastanneista ilmoitti, että tekisi varmasti

taimikkonsa varhaishoidon ilman tällaisia kampanjoita. Kampanjasta kimmokkeen saaneita on varsin vähän, mutta luku on kuitenkin positiivinen verrattuna siihen, jos kampanjalla ei olisi saatu yhtään innostettua varhaishoitotöihin.

Kuvio 14 osoittaa, että kampanjasta kimmokkeen saanut vastaaja kuuluu ikäryhmään 31–45-vuotiaat, mikä on ollut yksi kohderyhmistä, joita kampanjalla tavoiteltiin. Oletettavasti ikäryhmään 31–45-vuotiaat kuuluvat eivät ole omistaneet metsätilaansa yli 20 vuotta, joten he ovat melko uusia metsänomistajia. Ikänsä puolesta he ovat kykeneviä varhaishoitotöihin, jolloin he ovat erittäin otollinen kohderyhmä tällaisille kampanjoille. Ristiintaulukoituna varhaishoitoaktiivisuus on riippuvainen vastaajan iästä, näin ollen tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä. Kuviosta voidaan havaita myös, että varhaishoitoa tekemättömät tai teettämättömät vastaajat kuuluvat ikäryhmiin 15–30-vuotiaat ja yli 60-vuotiaat, joiden aktiivisuus metsänhoitotöissä on yleensä vasta nousussa tai jo hiipumassa.

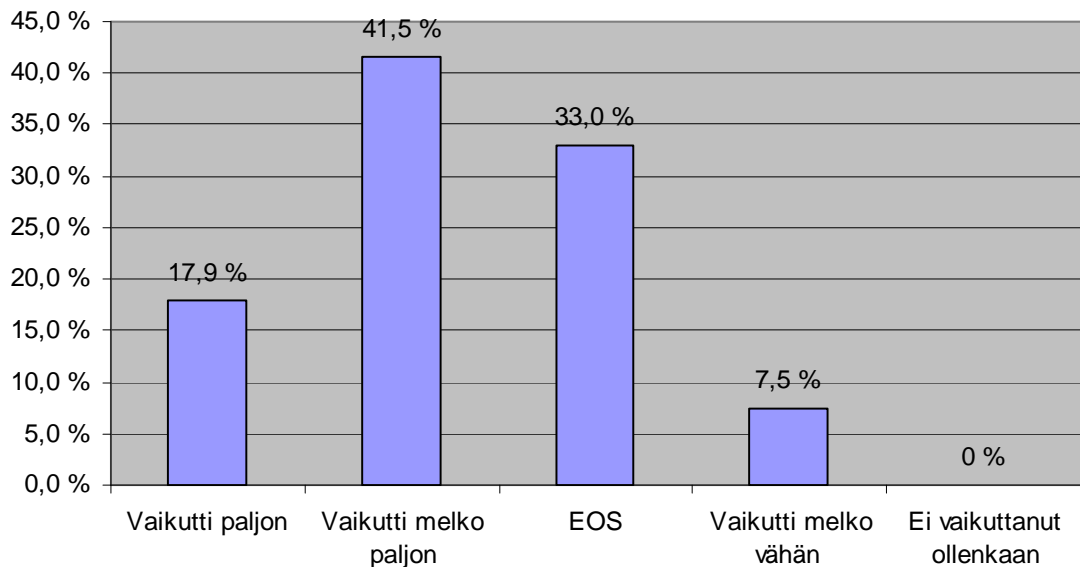


Kuvio 14. Kampanjan vaikutus varhaishoitoaktiivisuuteen ikäryhmittäin.  $n = 104$



### 7.6.3 Metsänomistajien näkemys varhaishoitokampanjasta

Metsänomistajilta tiedusteltiin omakohtaisen kampanjakokemuksen lisäksi sitä, miten he uskoivat kampanjan vaikuttaneen alueellisesti. Kysymys oli kysymyslomakkeen viimeinen ja koko kampanjan kokoava.



Kuvio 15. Metsänomistajien näkemys kampanjan vaikutuksesta varhaishoitomääriin Pohjois-Karjalan alueella. n = 106.

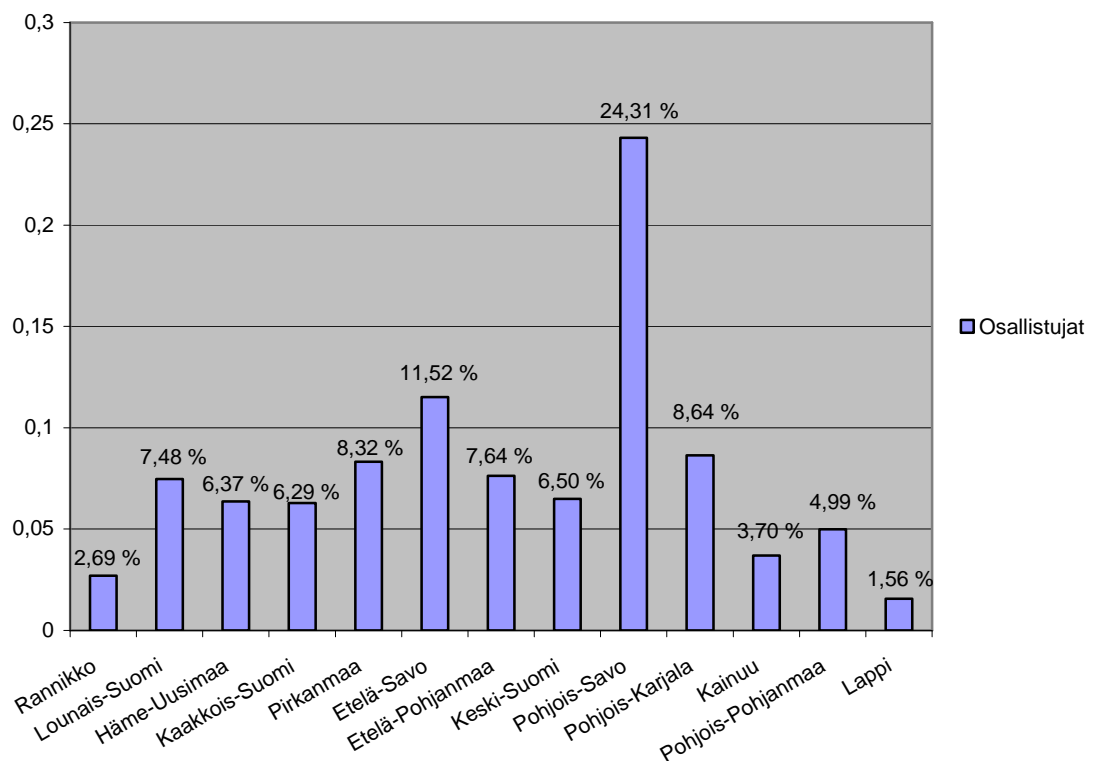
Kuviosta 15 voidaan havaita, että melkein 60 % vastaajista uskoo kampanjan vaikuttaneen varhaishoitomääriin Pohjois-Karjalan alueella. 7,5 % uskoo kampanjan vaikutuksen varhaishoitomääriin olleen vähäinen, mutta vaihtoehto *kampanja ei vaikuttanut ollenkaan varhaishoitomääriin* ei saanut ollenkaan kannatusta. Kolmannes vastaajista ei osannut ottaa kantaa kampanjan alueelliseen vaikuttavuuteen.

Vaikka varhaishoitokampanja ei näyttäisi vaikuttaneen metsänomistajien henkilökohtaiseen varhaishoitoaktiivisuuteen, niin kampanjan uskotaan kuitenkin vaikuttaneen alueellisesti varhaishoitomääriin. Kampanjat ilmeisesti koetaan positiivisinä kannustimina, siitä huolimatta, että niillä ei olisi ollut omaa varhaishoitotyömäärää nostavaa vaikutusta. Ylipäätään tällaisten kampanjoiden toteuttamisella näyttäisi metsänomistajien mielestä olevan merkitystä, koska yksikään vastaaja ei ajatellut, ettei kampanjalla olisi ollut vaikutusta ollenkaan. Tosin tulokseen on voinut vaikuttaa sosiaalinen suotavuus, vastaa-

ja on halunnut antaa tutkijalle positiivisen kuvan, eikä vastaus välttämättä noudata vastaajan todellista ajattelutapaa.

#### 7.6.4 Varhaishoitokampanjan kilpailu

Kilpailu oli kampanjassa suurin yksittäinen kannustin. Sen avulla voitiin ylläpitää seuranta kampanjan etenemisestä ja osallistumisluvuista valtakunnallisesti. Alueellisten metsäkeskusten tulokset eivät kuitenkaan ole täysin vertailtavissa keskenään, koska kampanja on toteutettu kussakin metsäkeskuksessa metsäkeskuksen parhaaksi katsomalla tavalla. Esimerkiksi Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen toteuttama kirjekampanja 1 582 metsänomistajalle on voitu toteuttaa eri tavalla ja eri määrälle muissa metsäkeskuksissa. Lisäksi Pohjois-Savon tulokset eroavat muun Suomen tuloksista huomattavasti, koska Pohjois-Savon metsäkeskuksessa on käytetty muitakin kannustimia kuin vesureiden ja raivaussahojen arvontaa ja kampanjan toteutustapa on ollut muusta maasta poikkeava.

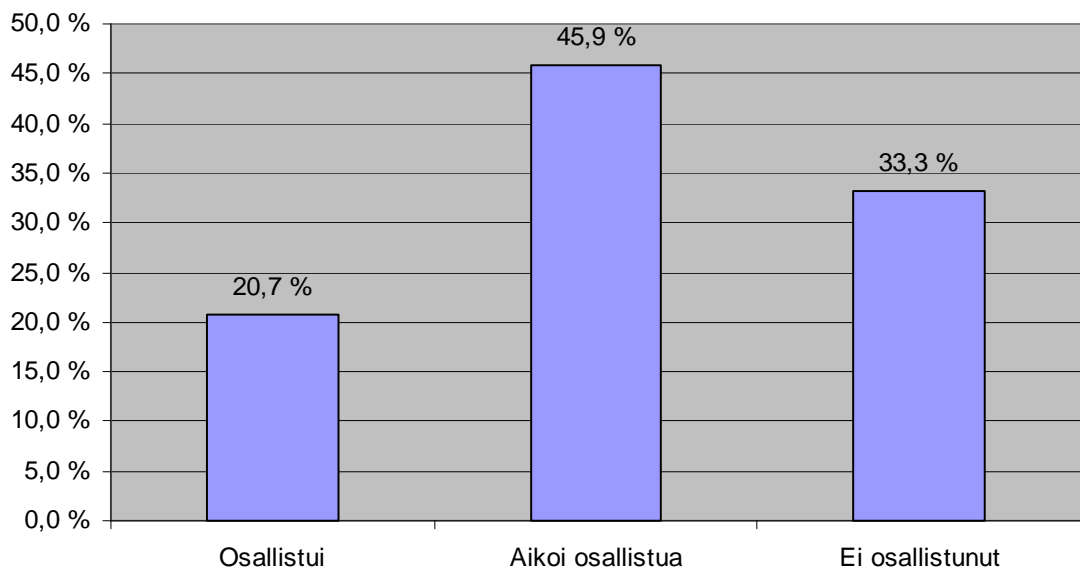


Kuvio 16. Varhaishoitokampanjakilpailun osallistujamäärä suhteutettuna metsäkeskussittain. n = 3 785.

Kuviosta 16 havaitaan, että kampanjakilpailuun osallistuminen on ollut melko tasaista, lukuun ottamatta Pohjois-Savon metsäkeskusta, joissa kampanja suoritettiin muusta Suomesta poikkeavalla tavalla. Pohjois-Karjalan alueella kampanjakilpailuun osallistujia oli kaikkiaan 327 metsänomistajaa, mikä on valtakunnallisesta määrästä 8,6 %, eli kolmanneksi eniten osallistujia saanut metsäkeskus.

Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen kampanjakirjeen saaneista ylläpidettiin tilastoa heidän osallistumisensa osalta. Kampanjakirjeen saaneista 1 582 metsänomistajasta 97 osallistui *Päivä taimikollesi* -kilpailuun, suoramarkkinointikirjeeseen vastine saatiin siis 6,1 %:lta. Lisäksi kampanjakirjeestä tiedusteltiin puhelimitse paljon heti kirjeiden kirjeitten postituksen jälkeen, näitä yhteydenottoja ei Pohjois-Karjalan metsäkeskuksessa määrällisesti tilastoitu.

Koska varhaishoitokampanja oli vielä käynnissä tätä tutkimusta tehtäessä, on kysymyksillä selvitetty jo osallistuneiden määrän lisäksi niiden määrä, jotka aikovat vielä osallistua kilpailuun. Tämän tutkimuksen kyselylomake saatekirjeineen on siis voinut muistuttaa kilpailusta ja vaikuttaa positiivisesti kilpailuun osallistua aikovien määrään.



Kuvio 17. Kampanjakilpailuun osallistuminen. n = 110.

Kuvio 17 osoittaa suoran frekvenssijakauman kilpailuun osallistumisesta tutkimushetkellä. Osallistuneita oli joka viides vastaajista, ja lähes puolet vastaajista aikoi osallistua kampanjakilpailuun, kun siihen vielä oli mahdollisuus. Yhteensä kilpailuun osallistui

siis kaksi kolmasosaa vastaajista. Tasan kolmannes vastaajista jätti kokonaan osallistumatta kilpailuun. Seuraavassa on esitetty suurimmat syyt kilpailun osallistumiseen tai osallistumatta jättämiseen.

Taulukko 5. Kampanjakilpailuun osallistumisen syyt arvojärjestyksessä. n = 93.

| Syy   | 1. Tärkein | 2. Tärkein | 3. Tärkein | Vaihtoehto valittu yhteensä |
|---|------------|------------|------------|-----------------------------|
| Ymmärsi varhaishoidon tärkeyden   | 23,7 %     | 5,4 %      | 3,2 %      | 32,3 %                      |
| Kokeili onneaan arvonnassa, kun on ennenkin tehnyt tarvittavat varhaishoitotyöt | 12,9 %     | 9,7 %      | 7,5 %      | 30,1 %                      |
| Muistuttaminen varhaishoidosta  | 7,5 %      | 6,5 %      | 4,3 %      | 18,3 %                      |
| Kilpailun palkinnot   | 5,4 %      | 6,5 %      | 4,3 %      | 16,1 %                      |
| Muu syy   | 1,1 %      | 1,1 %      | 1,1 %      | 3,2 %                       |

Vastaajien tehtävänä oli merkitä arvojärjestykseen tekijä ja syyt, jotka vaikuttivat eniten heidän osallistumiseensa kampanjakilpailuun. Vastauksissa *1 merkitsi tärkeintä tekijää, 2 toiseksi tärkeintä ja 3 kolmanneksi tärkeintä osallistumisen tekijää.* Taulukosta 5 voidaan havaita, että eniten ensimmäisiä sijoja merkittiin vaihtoehdolle *Ymmärsi varhaishoidon tärkeyden*, toiseksi eniten tärkeimmäksi syyksi oli merkitty *Oli mukava kokeilla onnea arvonnassa, kun varhaishoitotyöt on aiemminkin hoidettu* ja kolmanneksi eniten vastaajia oli innoittanut osallistumaan kilpailuun se, että *kampanja muistutti varhaishoidosta.*

Vastaajat kokivat siis kampanjan herätelleen heitä, ja he ymmärsivät varhaishoidon tärkeyden ja siksi osallistuivat kilpailuun. Neljännes vastaajista oli tehnyt varhaishoitoa aiemminkin ja kokeili onnea arvonnassa, kun siihen kampanjan myötä oli mahdollisuus. 18,3 % ilmoitti syyksi osallistumiseen, muistuttamisen varhaishoidosta ja kilpailun palkinnot innostivat vain noin 10 % vastaajista. Muiksi syiksi osallistumiseen ilmoitettiin muun muassa varhaishoidon merkitys liikuntamuotona sekä tottumus hoitaa aina metsänhoitotyöt.

Palkintojen merkitys kampanjakilpailussa jäi melko vähäiseksi. Palkintona Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen varhaishoitokampanjan kilpailussa oli kaksi raivaussaha ja viisi vesuria. Voidaan siis kyseenalaistaa palkintojen sopivuus tavoitellulle kampanjan kohderyhmälle. Oletettavaa on, että ne jotka ovat tehneet varhaishoitoa ja osallistuneet kilpailuun, omistavat jo entuudestaan varhaishoitovälineet. Uusi raivaussaha tietysti on

arvokas palkinto, jolle metsänomistajalla on todennäköisesti käyttöä, mutta vesureiden merkitys palkintona tehdystä varhaishoitotyöstä on enemmänkin symbolinen. Esimerkiksi kylpylälahjakortti tai muu sellainen olisi voinut olla houkuttelevampi palkkio ras-  
kaan varhaishoitotyön tehneelle.

Taulukko 6. Kampanjakilpailuun osallistumisen syyt arvojärjestyksessä. n = 67.

| Syy  | 1. Tärkein | 2. Tärkein | 3. Tärkein | Vaihtoehto valittu yhteensä |
|--|------------|------------|------------|-----------------------------|
| Ei tehnyt varhaishoitoa vuonna 2010                    | 16,4 %     | 6,0 %      | -          | 22,4 %                      |
| Ei saa mitään rahallista tukea varhaishoitoon          | 11,9 %     | 1,5 %      | 1,5 %      | 14,9 %                      |
| Liian helteinen kesä                                   | 10,4 %     | 1,5 %      | 4,5 %      | 16,4 %                      |
| Ei ehdi tehdä varhaishoitoja                           | 6,0 %      | 4,5 %      | 1,5 %      | 11,9 %                      |
| Ei viitsinyt tehdä varhaishoitoa                       | 4,5 %      | -          | -          | 4,5 %                       |
| Kilpailu oli unohtunut                                 | 4,5 %      | -          | -          | 4,5 %                       |
| Tarvitsee lisää neuvoja varhaishoitoon                 | 3,0 %      | 1,5 %      | -          | 4,5 %                       |
| Ei tahdo luovuttaa metsätilansa tietoja ulkopuolisille | 1,5 %      | 1,5 %      | -          | 3,0 %                       |
| Muu syy  | 11,9 %     | 3,0 %      | 3,0 %      | 17,9 %                      |

Yleisin syy osallistumattomuuteen oli se, ettei vastaaja ollut tehnyt varhaishoitoa kesällä 2010. Keskeiseksi osallistumattomuuden syyksi nostettiin myös se, että varhaishoitoon ei saada rahallista tukea, noin 15 % vastaajista antoi rahoituksen puutteen varhaishoidon tekemättömyyteen tärkeäksi syyksi. Näin ollen se oli toiseksi tärkein syy varhaishoitorästien syntymiseen. Kampanjakesä 2010 sattui olemaan varsinainen ”intiaanikesä” helteiden kestäessä useita viikkoja. Sää ei siis ollut keskikesällä kovinkaan suosiollinen varhaishoidon tekemiseen, ja se nousi vastaajienkin keskuudessa yhdeksi tärkeimmistä syistä varhaishoidon tekemättömyyteen ja kilpailuun osallistumattomuuteen.

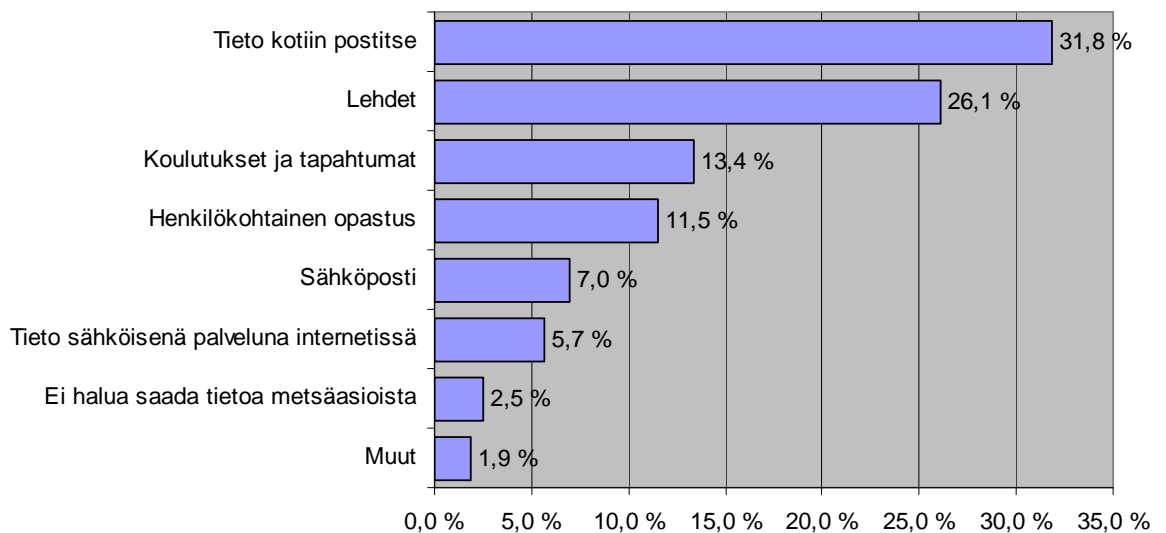
Varhaishoitokilpailuun jätettiin osallistumatta myös sen takia, että kilpailu oli unohtunut tai siihen ei vain viitsitty osallistua. Pieni osa vastaajista ilmoitti myös tarvitsevänsä lisää neuvoja varhaishoidon tekemiseen. Vain 3 % ilmoitti osallistumattomuuden syyksi sen, ettei tahdo luovuttaa metsätilansa tietoja ulkopuolisille. Muita syitä esitti vastaajista 17,9 %, ja niitä olivat muun muassa se, että tekevät varhaishoitotyöt muuna ajankohtana, vastaajan ikä sekä se, että tarvittavat varhaishoitotyöt oli tehty jo aiemmin.

## 7.7 Kampanjoinnin menetelmät

Tutkimuksessa selvitettiin myös metsänomistajien suosimia viestintäkanavia ja tiedon tarpeita, joiden avulla voidaan tehdä päätelmiä siitä, millaiset kampanjoinnin keinot ovat kannattavimpia juuri haluttujen kohderyhmien tavoittamiseksi. Ennen tutkimusta oletettiin, että viestintävälineenä lehdet ja metsäalan artikkeleiden lukeminen on melko suosittua metsänomistajien keskuudessa. Siksi metsänomistajilta tiedusteltiin myös syitä metsäalan artikkeleiden varsinkin kampanjan aikana varhaishoitoartikkeleiden lukemiseen.

### 7.7.1 Viestintäkanavat

Viestintäkanavien suosiossa erityisesti internetin osuuden oletetaan nousevan metsänomistajien keskuudessa. Kuviossa 18 on esitetty suosituimmat viestintävälineet ja -kanavat vastaajien keskuudessa.



Kuvio 18. Suosituimmat viestintäkanavat. n = 176.

Passiiviset viestintäkanavat (tieto tulee kotiin, eikä siihen tarvita vastinetta) vaikuttaisivat olevan suosituimpia metsänomistajien keskuudessa kuin aktiiviset. Kysymykseen vastasi 176 henkilöä, jotka antoivat yhteensä 314 vastausta, kun vastaajalla oli mahdollista valita niin monta viestintäkanavavaihtoehtoa kuin koki parhaaksi. Keskimäärin jokainen vastaaja valitsi 1,8 viestintäkanavaa (kuvio 18). Vastaajista noin kolmannes

piti siitä, että tieto saapui kotiin postitse ja joka neljäs luki lehtiä saadakseen tietoa metsäasioista.

Koulutusten ja tapahtumien suosio on tässä tutkimuksessa samalla tasolla kuin Metlan metsänomistajatutkimuksessa (2009), koulutuksista ja tapahtumista metsätietoa halusi tämän tutkimuksen mukaan 13,4 %, kun Metlan tutkimuksessa luku on noin 10 %. Poikkeavaa tässä tutkimuksessa Metlan tutkimukseen nähden on vastanneiden määrä henkilökohtaisen neuvonnan osalta. Henkilökohtaista opastusta tässä tutkimuksessa halusi vain vähän yli 10 % vastaajista, kun Metlan tutkimuksessa henkilökohtaista neuvontaa tahtoi saada noin kolmannes vastaajista. Henkilökohtaisen neuvonnan ja palvelun oletetaan olevan kuitenkin tärkeää, sillä vain sillä tavoin voidaan varmistaa tiedon vastaanottajan saavan ja ymmärtävän viestin toivotulla tavalla. (Hänninen ym. 2009.)

Internetin suosion oletettiin tiedonjakokanavana nousseen ja niin Metlan kuin tämäkin tutkimuksen mukaan; internetiä viestintäkanavana käyttää jo joka kymmenes metsänomistaja. Tässä tutkimuksessa internetiä käyttäviksi vastaajiksi luettiin *tietoa sähköisenä palveluna internetin välityksellä* haluavat (5,7 %) ja *tietoa sähköpostilla* haluavat (7 %) metsänomistajat. Internetiä käyttävien määrä on lähes kaksinkertaistunut viimeisten kymmenen vuoden aikana. (Hänninen ym. 2009.)

Kampanjasta lehdestä lukeneensa ilmoitti 58,8 % vastaajista, ja 41,2 % ei ollut lukenut kampanjasta lehdestä (n= 165). Lehdet ilmoitettiin suosituimmaksi viestintäkanavaksi, sillä ne sisältyvät myös postitse kotiin tulevaan tietoon. Suosituimpien viestintäkanavien vaihtoehdot menivät osin päällekkäin, mutta vastaaja sai valita yhden tai useamman vaihtoehdon, joten vastausvaihtoehtojen päällekkäisyys ei haittaa tai tee suurta virhettä vastauksiin.

Lehtien suosio oli siis ennakoitavissa, ja siksi metsänomistajilta kysyttiin syitä varhaishoitoartikkelien lukemiseen. 43,5 % ilmoitti, että asian ajankohtaisuus oli syynä siihen, että kampanjasta kertovat artikkelit tuli luettua lehdestä. Seuraavat kolme vaihtoehtoa saivat kaikki lukijoiden keskuudessa noin 20 % kannatuksen ja innoittivat siis lukemaan varhaishoitoartikkeleja: *halusi lisää tietoa varhaishoidosta; kilpailu, jossa oli arvokas palkinto ja artikkelin kiinnostava otsikko*. Muita syitä lukemiseen ilmoitti 2,6 % vastaajista.

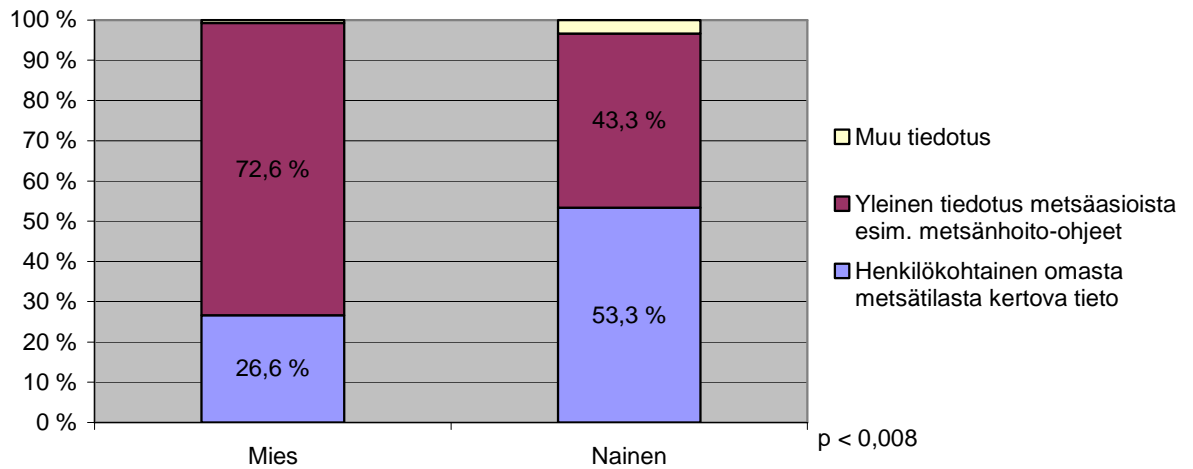
Metsänomistajat lukevat ilmeisesti mielellään metsäalan lehtijuttuja niin paikallis- kuin metsäaiheisista lehdistäkin. Sillä suurin osa vastaajista (58,8 %) ilmoitti varhaishoito-lehtiartikkeleiden jääneen lukematta, koska ei ole nähnyt lehdissä varhaishoitoa tai kampanjaa koskevia artikkeleita. Joka neljäs jätti varhaishoitoartikkelit lukematta, koska asia ei ollut heille ajankohtainen. 3,9 % vastaajista ei vain ollut kiinnostuneita varhaishoitoartikkeleista, ja muiksi syiksi ilmoitettiin esimerkiksi, ettei lehtiä tule tai ettei ole ehtinyt lukemaan lehtiä kampanja-aikana.

### **7.7.2 Metsänomistajien tiedontarpeet**

Metsänomistajien tiedontarpeesta kysyttiin yleisellä tasolla; halutaanko mieluiten saada tietoa yleisesti metsäasioista esimerkiksi metsonhoito-ohjeita, vai kiinnostaako metsänomistajia enemmän henkilökohtainen omasta metsätilasta kertova informaatio kuten tiedot metsikkökohteita ja niiden mahdollisuuksista. Lisäksi vastaajien annettiin määrittellä myös erilaiset ja omakohtaiset tiedon tarpeet avoimella kysymyksellä *Muuta tietoa, mitä?* Yleistä tiedotusta halusi 66,9 % vastanneista ja henkilökohtaista tietoa omasta metsätilasta tahtoi 31,8 %. Loput 1,3 % vastaajista halusi muunlaista tietoa esimerkkinä puumarkkinatietoa.

Todennäköisesti yleisen tiedotuksen tarve selittyy sillä, että varsinkin valveutuneet metsänomistajat tahtovat tietää alan kehityksestä ja haluavat tiedon siitä välittömästi sekä soveltavat saamiaan tietoja esimerkiksi metsänhoito-ohjeita omalla tilallaan. Voidaan myös olettaa, että suurin osa metsänomistajista olettaa metsäsuunnitelman ainoaksi omasta tilastaan kertovaksi tiedonlähteeksi, eikä uusia sähköisen viestinnän keinoja tunneta kovinkaan hyvin. Jos kysymyksessä on ajateltu metsäsuunnitelman olevan ainoa vaihtoehto henkilökohtaisessa, metsätilasta kertovassa tiedossa on ehkä siksi valittu yleinen tiedotus mieluisimmaksi tavaksi metsäalan tiedotuksessa.





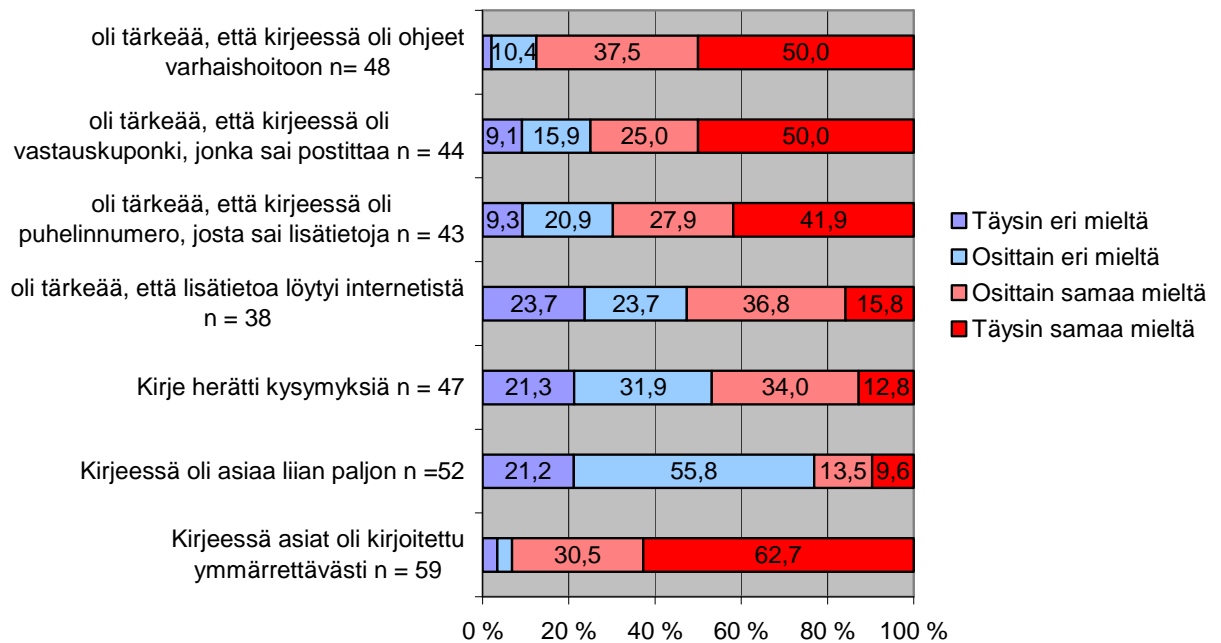
Kuvio 19. Naisten ja miesten välinen tilanne metsäalan tiedontarpeissa. n =154.

Ristiintaulukoinneissa havaittiin tilastollisesti merkitseväksi miesten ja naisten välinen ero tiedontarpeissa ( $p < 0,008$ ). Tiedontarve on siis taustatekijänä sukupuolesta riippuvainen (kuvio 19). Naisista yli puolet halusi mieluummin henkilökohtaista, metsätilansa metsikkökohteista ja niiden mahdollisuuksista kertovaa tietoa, kun miehistä sitä halusi vain yksi neljästä. Miehet sen sijaan olivat kiinnostuneita yleisestä metsäalantiedotuksesta.

Tulos kertoo todennäköisesti siitä, että naiset ovat enemmän kiinnostuneet omaa metsätilaansa koskevista asioista. He haluavat ilmeisesti tietää tilansa hakkuu- ja hoitomahdollisuuksista ja toivovat, että heille osoitetaan, mitä metsätilalla voi tehdä. Miehet sen sijaan näyttävät kiinnostuneen erilaisista menetelmistä ja metsäalalla tapahtuvasta kehityksestä, joten he arvostavat yleisen tiedon korkeammalle kuin tiedot omasta metsätilastaan. Tosin jo aiemmin selitetty syy, mitä mielletään henkilökohtaiseksi, tiedoksi luo epävarmuutta tulokseen, jos sen ajatellaan olevan vain kerran kymmenessä vuodessa uusittava metsäsuunnitelma. Tällöin on todennäköistä, että vastaaja on mieluummin valinnut yleisen tiedon halutummaksi.

### 7.7.3 Kampanjakirje

Yksi keskeisimmistä varhaishoitokampanjassa käytetyistä markkinointiviestinnänkeinoista oli suoramarkkinointikirjeen lähettäminen kampanjan kohderyhmälle. Tutkimuksen vertailuryhmistä toiselle eli kohderyhmälle postitettiin kampanjakirjeet ja heidän kyselylomakkeisiinsa sisällytettiin kysymys kampanjakirjettä koskien.



Kuvio 20. Mielenjakaumat kampanjakirjeen sisällöstä.

Kampanjakirjeen sisältö jakoi mielipiteistä seuraavasti: Väitteen *kirjeessä asiat oli kirjoitettu ymmärrettävästi* allekirjoittivat 93,2 % vastaajista. 87,5 % vastaajista piti tärkeänä, että kampanjakirjeen mukana postitettiin ohjeet varhaishoitoon. Kolme neljästä vastaajasta koki merkittävänä sen, että kirjeen mukana tuli vastauskuponki, jonka sai postittaa. Mielipiteet lisätietoja antavan puhelinnumeron tarpeellisuudesta jakautuvat niin, että kolmannes vastaajista ei pitänyt merkityksellisenä, oliko kirjeessä yhteystieto, ja kaksi kolmesta piti tärkeänä yhteystietojen löytymistä kampanjakirjeestä.

Kirjeessä tiedettiin jo lähetyshetkellä olevan melko paljon asiaa, josta vastaanottajan tuli muodostaa oma käsityksensä ja reaktionsa. Siksi kirjeen sisältö ja ymmärrettävyys kyseenalaistettiin ja kampanjakirjeen sanoman tajuttavuudesta esitettiin useita väittämiä metsänomistajille. Vastaajat olivat lähes yksimielisiä kampanjakirjeen ymmärrettävyy-

destä. Mutta väite *kirje herätti kysymyksiä* jakoi vastaajien mielipiteitä, 53,2 % vastaajista oli erimieltä, kun taas 46,8 % myönsi, että kampanjakirje aiheutti hämmennystä heissä.

Kuten edellä todettiin, kirjeitä pidettiin tervetulleena tiedotusmuotona metsänomistajien keskuudessa. Tärkeintä kirjekampanjoinnissa on sanoman ja sen muotoilemisen huolellinen suunnittelu. Liika kuormitus ei ole tiedonvälityksessä hyväksi, vaan tietoa tulisi jakaa kohdennetusti juuri segmentoidulle kohderyhmälle suotuisalla tavalla.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 8.1 Yhteenveto

Tässä tutkimuksessa kuvataan metsänomistajien suhtautumista Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen järjestämään taimikon varhaishoitokampanjaan, etenkin metsänomistajien aktivoitumista, ja reaktioita tällaisia kampanjoita kohtaan pyrittiin selvittämään. Lisäksi perehdyttiin vallitsevaan käsitykseen taimikon varhaishoidosta ja kannattavista kampanjointimenetelmistä. Tutkimuksen perusjoukon muodostivat Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen metsänomistajat, joiden metsissä oletetaan olevan taimikon varhaishoidontarvetta. Tutkimuksen aineisto kerättiin postikyselyllä syyskuussa 2010. Kyselylomake lähetettiin 400 metsänomistajalle ja hyväksytyjä vastauksia saatiin 178 kappaletta. Näin ollen tutkimuksen vastausprosentiksi muodostui 44,5.

Vastanneiden metsänomistajien joukko kuvasi sukupuolen, iän, ammattiasemajakauman sekä metsätilan omistustavan ja koon osalta hyvin Suomen metsänomistajakunnan rakennetta. Tyypilliseksi tähän tutkimukseen osallistujaksi voitaneen yleistää noin 60-vuotias eläkkeellä oleva mies, joka omistaa noin 40–50 hehtaaria metsää ja asuu metsätilansa läheisyydessä maaseudulla. Naisten osuus ja ikärakenne tässä tutkimuksessa kuvaavat puolestaan hyvin valtakunnallisia metsänomistajakunnan osuuksia. Tuloksiin täytyy kuitenkin suhtautua kriittisesti. Suhteellisen pieni otoskoko ja mahdollisuus, että metsäasioissa yleensäkin aktiiviset metsänomistajat ovat toimineet pääasiallisesti kyse-

lyyn vastaajina, voivat aiheuttaa virhettä saatuihin tuloksiin. Lisäksi on järkevää huomioida, että kyselytutkimukseen ilmoitettu mielipide tai aikomus ei aina vastaa henkilön todellista käyttäytymistä.

Metsänomistajakunnassa tapahtuva rakennemuutos aiheuttaa metsäalan neuvontaorganisaatioille monia haasteita. Kaupungissa asuvien metsänomistajien tavoittaminen on hankalaa, mutta painopiste metsänomistuksessa siirtyy kaupunkeihin, jolloin tiedotus on saatava kaupunkilaismetsänomistajille saakka. Esimerkiksi internet-markkinoinnissa vaikuttaisi olevan kasvupotentiaalia. Sähköisten viestintäkeinojen yleistyessä metsäalan tulee kasvaa mukana. Sosiaalisen median merkitys alkaa olla näkyvillä yhteiskunnassa, ja tulevaisuudessa metsäasioista käytävä julkinen ja avoin keskustelu olisi tervetullutta. Tiedon jakamisessa siis siirryttäisiin vuorovaikutukseen, eikä metsänomistajaa jätettäisi yksin tietotulvan kanssa.

Kampanjoiminen toimi tämän tutkimuksen mukaan hyvänä muistuttimena ja tiedonvälittäjänä. Vaikka kampanjakilpailuun osallistumisen prosentti oli vähäinen, niin tärkeää tietoa kuitenkin jaettiin ja tavoitettiin haluttua kohderyhmää, sillä tähän tutkimukseen vastanneista noin 5 %:lle taimikon varhaishoitokampanja sisälsi uutta tietoa. Lisäksi kampanjatoimenpitein lisättiin metsänomistajien tietoutta varhaishoidon ammattitermistöstä, joka saattaa olla tavalliselle rivimetsänomistajalle hankalahkoa. Kampanjakilpailulla saatiin metsänomistajia aktivoitumaan ja kampanjasuunnitelman tavoite varhaishoitomäärän ”nytkähtämisestä” ylöspäin saavutettiin Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen alueella. Koska taimikon varhaishoidossa ei työajoina ole ilmoitusvelvollisuutta, on maakunnallisia määriä vaikea ennustaa. Mutta jatkuvalla muistuttamisella ja kannuste kampanjoilla tärkeät metsänhoidon aiheet pysyvät ”tuoreessa” muistissa. Juuri tällainen muistuttaminen etenkin kaupunkilaismetsänomistajille, joille tieto ei enää siirry sukupolvelta toiselle, on hyvää ohjaamista metsäasioissa, ei kuitenkaan holhoamista.

## **8.2 Kannattava kampanjointi**

Kampanjointi on kertaluontoinen tapahtuma, joka on kohdennettu segmentoidulle kohderyhmälle ja tiettyyn aikatauluun ja budjettiin sidottu. Tilanneanalyysinä varhaishoitokampanjaan toimi se, että pitkällä aikavälillä varhaishoitorästejä on todettu kertyvän ja

niiden ehkäisemiseksi tuli tehdä jotakin. Kampanjoinnilla tavoitteiksi asetettiin tiedon lisääminen ja varhaishoitomäärien nousu ainakin hetkellisesti. Metsänomistajien ollessa kohderyhmänä on kyse laajasta massasta, jossa esimerkiksi iän, ammattiaseman, metsänomistuksen merkityksen ja asenteiden vaihtelut ovat suuria. Taimikon varhaishoitokampanjan kohderyhmäksi asetettiin ensisijaisesti ne metsänomistajat, joille varhaishoitotyön oletetaan olevan ajankohtaista.

Tässä tutkimuksessa metsänomistajakunnan suosioon nousi kotiin tuleva tiedotus hyvänä viestintävälineenä, mutta tutkimuksen mukaan suoramarkkinointiin ei kuitenkaan olla ilmeisen aktiivisia antamaan vastinetta. Tämän tutkimuksen mukaan kampanjakilpailuun osallistuisi 20 % vastaajista ja lähes 50 % ilmoitti aikomuksesta osallistua. On syytä kuitenkin muistaa, ettei kyselytutkimukseen annettu vastaus kuitenkaan aina ilmoita vastaajan todellista käyttäytymistä. Varsinaisessa kampanjakilpailussa kampanjakirjeen saaneista osallistui 6 % (97 osallistujaa 1 582 kirjeensaaneesta). Tieto ilmeisimmin kuitenkin tavoitti lukijat, vaikka suoranaista vastinetta ja reaktiota se ei synnyttänyt kuin 10 % vastaajista. Kampanjakirjeen lähettäminen oli kuitenkin tärkeä mediavalinta, sillä kaikista Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen kampanjakilpailuun osallistuneista 327 metsänomistajasta 30 % oli kampanjakirjeen saaneita.

Kampanjasta tehdyt lehtiartikkelit tavoittivat hyvin kohderyhmän. Tämän tutkimuksen mukaan tiedon kampanjasta lehtien välityksellä sai lähes 40 % vastaajista. Yli puolet ilmoitti lukeneensa varhaishoitoartikkeleita kuluneena kampanja-aikana lehdistä. Metsää koskevat lehtiartikkelit luetaankin mielellään metsänomistajien keskuudessa, ja varhaishoitoartikkeleiden lukemattomuuden tärkeimmäksi syyksi nostettiin se, ettei oltu havaittu kyseessä olevia artikkeleita lehdissä. Lehtien merkitys on siis säilyttänyt ja vakiinnuttanut asemansa tiedonvälityskanavana, ja se tulee jatkossakin metsäalan tiedottamisessa muistaa.

Internetin potentiaali on myös hyvä tiedostaa tulevissakin kampanjoissa. Hyvä tietopaketti varhaishoidosta löytyikin metsäkeskuksen internetsivuilta koko kampanjan ajan otsikon *Päivä taimikollesi* alta, ja sitä hyödynsi tähän tutkimukseen vastanneista 15 %. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen (2009) selvitys uusien metsänomistajien asenteista, motiiveista ja aikomuksista kertoo, että metsänomistajat kokevat, että kaikki tarvittava tieto on olemassa, mutta sen löytäminen on työlästä ja vaatii aikaa sekä omaa

aktiivisuutta runsaasti. Tietoa joutuu yleensä metsänomistajien mielestä keräämään monesta eri paikasta. Lisäksi uudet metsänomistajat eivät tunne eri metsäorganisaatioita kovinkaan hyvin ja kokevat myös niiden tehtävät monesti päällekkäisiksi. Metsänomistajat toivovatkin, että tiedon saisi keskitetysti yhdestä paikasta esimerkiksi internetin kautta. (Rämö & Toivonen 2009, 35.)

Metsäkeskus voisi toimia uusien metsänomistajien toiveiden mukaisena keskitettynä ja puolueettomana tietopankkina. Kampanjaluontoinen tiedonjakaminen on siitä hyvää, että siinä keskitytään yhteen asiaan kerrallaan ja siihen voidaan syventyä halutulla tarkkuudella, eikä asia ”rönsyile” liiaksi. Vuorovaikutteista tiedottamisesta ja kampanjoinnista voitaisiin saada internetin sosiaalisten medioiden avulla. Nykyihminen alkaa tottua siihen, että yhdellä sisäänkirjautumisella hän voi niin hoitaa sosiaalista kanssakäymistä ystävien kesken kuin vaikuttaa järjestöissään. Miksipä ei siis metsäasiat voisi myös hoitua muutamalla klikkauksella. Metsään Palstat -verkkopalvelu, tuleva Metsään.fi, on toiminut tässä edelläkävijänä, mutta vuorovaikutus metsänomistajan kanssa on edelleen melko vähäistä.

Metsätalouden kehittämiskeskus Tapio on jo luonut Facebookiin oman yhteisönsä, josta saa tietoa tuotteista ja palveluista (Facebook 2011). Metsäkeskus voisi yhdellä valtakunnallisella yhteisöllä lunastaa paikan metsäalan tärkeimpänä tiedottajana. Sivustolla voisi julkaista tietoa meneillään olevista kampanjoista ja ohjata kiinnostuneita eteenpäin linkkien avulla. Lisäksi metsäkeskus voisi luoda Metsään ABC -kurssin virtuaalisena niin, että kaikki kurssillakin käsiteltävä metsänhoitotieto olisi saatavilla yhdestä osoitteesta, ilman että kurssille tarvitsee välttämättä osallistua. Osallistujamäärät tuskin kuitenkaan laskisivat, sillä käytännössä tieto ja kokemus tullaan hakemaan kursseilta. Ohjeet alkuun olisivat kuitenkin keskitetysti yhdessä paikassa, jolloin metsänomistaja ei kokisi tiedon hankintaa liian haastavana. Internetin sosiaalisten medioiden etuna on myös se, että tieto kulkee nopeasti eikä asiakkaan tarvitse juosta ”luukulta luukulle”. Vaan hän voi yhtenä olla osallistumassa keskusteluun ja puolueeton tieto olisi kuitenkin aina saatavissa metsäkeskuksen ylläpitäjän kautta.

Lisäksi koulutukset, tapahtumat sekä henkilökohtainen neuvonta ovat säilyttäneet suosionsa, sillä niissä metsänomistaja saa aitoja käytännön kokemuksia ja hänen mahdollisiin ongelmiinsa apu tulee välittömästi. Tapahtumat ovat myös kampanjoinnissa keskei-

nen tapa viedä tietoa eteenpäin, ja niissä tavoitetaan useita eritaustaisia metsänomistajia. Heille voi tarjota useanlaista tietoa heidän tarpeidensa mukaan ja heitä voidaan ohjata heitä eteenpäin. Henkilökohtainen palvelu etenkin metsäasioissa, jossa ollaan maaseudun ja luonnon lähellä, on arvostettua. Metsänomistaja on usein hyvillään, kun metsäammattilainen tulee ”kaupungin vilskeestä”, antaa aikaa hänen tilalleen sekä on aidosti kiinnostunut ja apuna juuri hänen metsikkönsä koskevissa asioissa.

Oikeanlainen ja oikea-aikainen kampanjointi tuo lisäarvoa. Esimerkiksi taimikon varhaishoitokampanjan avulla muistutettiin tärkeästä asiasta ja vietiin positiivista viestiä metsänomistajakunnalle, kun varhaishoitotyöt olivat ajankohtaisia. Myös jatkuva muistuttaminen ja metsänomistajan tarpeiden huomioiminen on tärkeää. Metsänomistajaa ei pitäisi jättää yksin tietotulvan kanssa, vaan häntä tulisi ohjata tarvittaessa. Erityisesti neuvonnalla tulisi antaa vaihtoehtoja, joista metsänomistajan olisi helppo valita omien tavoitteidensa mukainen suunta metsänsä käsittelyyn.

### **8.3 Varhaishoitomäärien kasvattaminen**

Taimikon varhaishoitoa ei mielletä uudistamisveloitteen piiriin kuuluvaksi lakisääteiseksi työajiksi. Tämän tutkimuksen mukaan metsäammattilaisetkaan eivät ole jättäneet metsänomistajille mielikuvaa varhaishoidon pakollisuudesta. Kuitenkin varhaishoitoa pidetään tärkeänä ja hyödyllisenä, jopa hyvänä liikuntamuotona. Silti 10 % vastaajista ilmoitti, että metsäammattilainen on antanut heille mielikuvan, ettei varhaishoito ole tarpeen, sillä hoitamattomasta metsästä saa myöhemmin valtion rahoitustukea. Samaan aikaan 17 % vastaajista ilmoitti varhaishoidon tekemättömyyden syyksi sen, ettei saa mitään rahallista tukea varhaishoitoon.

Eetu Rekosen opinnäytetyössään haastatteleminen metsänhoitoyhdistyksen metsäneuvojien arvion mukaan suurin syy varhaishoitotyön tekemättä jättämiseen on rahallisen tuen puuttuminen (Rekonen 2010, 24). Myös tämä tutkimus osoittaa, että valtion antamat ”porkkanat” ovat houkutin metsänomistajille. Voidaan siis kyseenalaistaa valtion rahalliset avustukset, jos metsänomistajat saattavat niiden vuoksi laiminlyödä tärkeitä hoito- toimenpiteitä metsissään. Useinkaan varhaishoitotyöstä saatavaksi palkaksi ei mielletä metsän kasvua. Kun metsikkö on alkuvaiheessa, senttien kasvu läpimitassa tajutaan

yleensä vasta tukkipuussa eikä vielä taimessa. Varhaishoidon oikea-aikainen tekeminen on yksi kiertoajan merkittävimmistä töistä, jonka laiminlyönnin voi huomata uudistuskypsytyteen asti. Tämä viesti pitäisi neuvonnan avulla saada positiiviseksi kannustimeksi metsänomistajille.

Kannustimia valtion puolelta kuitenkin tarvitaan, sillä usein metsänomistaja päätehakkuutulo saatuun ei pidä taimikkoon kovinkaan arvokkaana eikä usein viitsi satsata siihen ilman omatoimiseen työhön kannustavia houkuttimia. Kemera-tuen kohdistaminen voitaisiin siis miettiä uudelleen: kannustetaanko sillä liiaksi jo myöhässä olevaa työtä tai saataisiinko verohuojennuksin varhaishoitotyömäärä nousuun? Lisäksi varhaishoitotyömäärään voidaan valmistautua jo päätehakkuun jälkeen metsänuudistamistoimenpiteillä, joten tulisiko uudistamis- ja varhaishoitotyöt varmemmin tehdyksi, jos jo päätehakkuutuloista niiden tekemiseen varataan osa.

Neuvonnan merkitys on metsänhoitotöissä myös ilmeinen. Kun tieto uusille metsänomistajille ei siirry enää isältä pojalle, on metsäneuvojan merkitys metsänomistajan ohjaajana suuri. Metsäammattilaisten tulee kuitenkin kunnioittaa metsänomistajaa ja hänen tavoitteitaan oman metsänsä suhteen. Siksi neuvonnassa tärkeää on antaa metsänomistajalle vaihtoehtoja ja neuvoja, joista metsänomistaja voi tehdä valintoja metsänsä käytön kannalta.

### **8.3.1 Päätehakkuutulojen ohjaus uudistamis- ja varhaishoitokustannuksiin**

Pinta-alaverotuksen aikaan vielä 1990-luvun alussa käytössä oli toimintamalli, jossa metsänomistajan saamista päätehakkuutuloista pidätettiin osa metsänuudistamista ja vakiintuneen taimikon aikaansaamista varten. Uudistushakkuualueen maaperän rehevyyden mukaan laskettiin maanmuokkaus- ja viljelykustannukset sekä mahdollinen varhaishoitotarve. Laskelman perusteella hakkuutuloista pidätettiin summa, joka oli käytettävissä vain taimikon perustamiseen.

Usein nykyäänkin kuulee metsänomistajien kaipaavan tätä toimintamallia, joka poistettiin 1990-luvun alussa metsänomistajien valvutuneisuuteen ja liikaan holhoamiseen vedoten. Hakkuutuloista osan pidättäminen kuitenkin varmisti vakiintuneen taimikon



syntymisen avohakkuualalle. Panttina pidetty summa lunastettiin ikään kuin palkkana tehdystä uudistamistyöstä. Usein uudistamiskustannuksiin tarvittava summa on vain murto-osa hakkuutuloista, ja lopulta se ohjautuu metsänomistajalle itselleen, toteutti hän uudistamis- ja varhaishoitotyön miten tahansa. Näin työ joka tapauksessa tulisi tehdä.

Toimintatapa voisi nykyäänkin olla toimiva. Valtion varat säästyisivät, jos varhaishoitotyön tekemisen kannustimena toimisi osa omasta päätehakkuutulosta. Liiallisen holhoksen välttämiseksi malli voisi olla vapaaehtoinen, mutta metsäammattilaisten suosittelema metsänomistajalle.

### **8.3.2 Verohuojennukset**

Rahallinen kannustin vaikuttaisi olevan suurin houkutin fyysisesti raskaiden ja aikaa vievien metsänhoitotyöläjien tekemiseen tai teettämiseen. Varhaishoito jää usein tekemättä, koska siitä koituvaa metsänkasvua ei mielletä palkaksi ja työ vie aikaa, eikä siitä saada konkreettista rahallista korvausta. Varhaishoito tietää siis metsänomistajalle pelkästään menoja varhaishoidon toteutushetkellä, teki hän sitten työn itse tai teetti sen ulkopuolisella.

Tekohetkellä menoiksi katsottavia metsänhoitotöitä voisi tukea verohuojennuksin. Metsätaloudessa voisi toimia kotitalousvähennyksen kaltainen veroetuus työn arvosta. Metsänhoitotyöläjille voitaisiin laskea hehtaariohtainen arvo, josta osan voisi vähentää metsätalouden verotuksessa. Alv-rekisteriin kuuluvat metsänomistajat voisivat vuotuisissa veromuistiinpanoissaan merkitä metsänhoitotyön määrän hehtaareina ja saada siitä valtion määräämän euromääräisen vähennyksen verotuksessaan todellisten työstä aiheutuneiden kustannusten lisäksi.

Näin omatoimiset metsänomistajat saisivat ”palkan” tekemästään hoitotyöstä. Mutta veroetuus voisi olla suurempi silloin, kun työ teetetään ulkopuolisella metsurilla. Näin varmistettaisiin työn laatu ja etämetsänomistajilla olisi sama mahdollisuus verohuojennukseen, kun työ voidaan ostaa metsäpalvelun tarjoajalta.

Verovähennysmahdollisuus ei sinänsä olisi valtion varoista pois niin kuin Kemera-tuki. Kemera-tuet käytetään lähes joka vuosi loppuun ja Kemera-varat ohjataan poliittisten linjausten mukaisesti kestävä metsätalouden harjoittamiseen. Lisäksi metsätalouden tukiviidakko on monimutkainen ja sitä tulisi karsia (Itä-Suomen uutiset 2011). Verohuojennusten avulla kaikki metsänhoitotyöläjät olisivat samanarvoisia. Ja todennäköisesti ne tulisivat myös tehdyksi kun työstä saataisiin korvaus verovähennyksenä. Rästejä ei pitäisi syntyä minkään työläjin osalta, kun kaikkien tekemiseen olisi tasavertainen kannustin.

### **8.3.3 Kampanjat ja positiivisen ilmapiirin luominen**

Erilaiset kampanjat näyttäisivät osaltaan innostavan metsänhoitotöihin. Palkinnot jo sinänsä toimivat kannustimena, kun ne ovat kohderyhmälle sopivia. Kuitenkin usein kampanjanjoilla saadaan aikaan ”lumipalloefekti”; ”jos muut tekevät niin minäkin teen”. Tämä olisi varhaishoidon osalta myös suotavaa. Neuvonnan merkitys kampanjoinnissa on tärkeä. Metsänomistajaa ei pidä jättää tulleen tiedon kanssa yksin, vaan häntä on tarvittaessa ohjattava eteenpäin ja kannustettava myönteisesti.

Vaikka varhaishoitoa ei tilastoidakaan eikä siitä ole ilmoitusvelvoitetta, se voisi olla perhemetsätaloudessa kimmokkeena myöhempään kiinnostukseen metsää kohtaan. Jos varhaishoitotöitä on tehty koko perheen voimin ja siitä on jäänyt positiivinen kuva, yhdessäolon ja hyötyliikunnan myötä, on sitä alttiimpi tekemään myös myöhemmin. Juuri tällaista positiivista kuvaa olisi syytä kampanjoinnissa levittää ihmisten tietoisuuteen.

## **8.4 Jatkotutkimustarpeet**

Tutkimuksen laadinnan yhteydessä heräsi myös tarvetta jatkotutkimuksille. Ensinnäkin olisi syytä selvittää Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen asiakaskunnan tiedontarpeita tarkemmin. Metsänomistajille tulisi selvittää, mitä kaikkea omakohtainen omasta metsätilasta kertova tieto sisältää. Se ei siis ole vain metsäsuunnitelmatietoja vaan myös säh-

köisissä palveluissa hyödynnettäviä tietoja. Lisäksi kaupunkilais- ja etämetsänomistajien palvelutarpeita olisi syytä tutkia, jolloin tutkimuksen ulkopuolelle tulisi rajata tilallaan tai maakunnassa asuvat metsänomistajat. Kaupunkilais- ja etämetsänomistajat sekä passivoituneemmat metsänomistajat tulisi tulevaisuudessa tavoittaa tehokkaammin. Kun tiedontarpeet ja tietoa tarvitsevat metsänomistajat selvitettäisiin, voitaisiin palveluita kehittää kunkin metsänomistajaryhmän toiveiden mukaiseksi. Esimerkiksi kaupunkilaismetsänomistajille voitaisiin järjestää omia etämetsänomistajatapahtumia heidän omalla asuinseudullaan.

Internet-markkinoinnin kehittäminen on toinen tässä tutkimuksessa esille noussut seikka. Metsänomistajat toivovat saavansa tiedon keskitetysti yhdestä paikasta ja puolueetomana niin, ettei tiedonannosta kilpailla vaan kerrotaan asiat täsmällisesti mutta useammasta näkökulmasta. Internetiä voitaisiin korostaa henkilökohtaisessa metsäneuvonnassa ja metsänomistajille voitaisiin tarjota enemmän mahdollisuuksia tutustua metsänomistajille kohdistettuihin sähköisiin palveluihin, kuten Metsään.fi -palveluun metsäkeskusten konttoreilla metsäammattilaisen avustuksella.

Lisäksi Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen yhteistyökumppaneiden mielipiteitä kampanjoinnista ja sen vaikutuksista tulisi selvittää laajemmin. Yhteistyötä voitaisiin kehittää metsänomistajille jaettavan tiedon yhtenevyydestä ja luotettavuudesta. Metsäkeskuksen oman henkilöstön koulutus ja palvelualltiuden lisääminen on tärkeää toiminnan kehittämisessä. Arkipäivän neuvontatyön tulisi antaa metsänomistajalle vaihtoehtoja, joista metsänomistaja voi valita keinot, joita hän haluaa omassa metsässään käytettävän. Metsänomistajaa metsänhoitotöihin kannustavia menetelmiä tulisi jatkuvasti ja innovatiivisesti kehittää lisää.

## LÄHTEET

- Aavameri, L. & Kiiskinen, P. 2004. Suoramarkkinoinnin keittokirja. Porvoo: WSOY.
- Anttila, M. & Iltanen, K. 2001. Markkinointi. 5. uudistettu painos. Helsinki: WSOY.
- Anttila, S-L. 2010. Maa- ja metsätalousministeri. Seminaaripuhe Metsänhoidon linjat -seminaarissa 27.1.2010.  
[http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/tiedotteet/100127\\_metsanhoidon\\_linjat.html](http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/tiedotteet/100127_metsanhoidon_linjat.html). 2.1.2011.
- Armstrong, G., Kotler, P., Saunders, J. & Wong V. 2001. Principles of Marketing. 3. painos. Harlow, Essex: Prentice hall Europe.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13., uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Facebook. 2011. Tapio Tuote/Palvelu-sivusto  
<http://www.facebook.com/metsanhoitosuosituksset#!/metsatapio?sk=wall>.  
 20.2.2011.
- Greis, K., Repo, E-L. & Savolainen, M. 2010. Tänään taimi - tulevaisuudessa tukkipuu. Metsäkeskusten uutiset 11.3.2010.  
[http://www.metsakeskus.fi/web/fin/uutiset/2010\\_uutiset/maaliskuu/uk\\_rm\\_tanaan+taimi++tulevaisuudessa+tukkipuu.htm?location=&days=360&nsword=](http://www.metsakeskus.fi/web/fin/uutiset/2010_uutiset/maaliskuu/uk_rm_tanaan+taimi++tulevaisuudessa+tukkipuu.htm?location=&days=360&nsword=). 2.1.2011.
- Hassinen, K., Karppinen, H., Kinnunen, E., Nousiainen, M., Partanen, J. & Tahvanainen, T. 2005. Pohjois-karjalan alueellinen metsäohjelma 2006 – 2010. Joensuu: Metsäkeskus Pohjois-Karjala.
- Heikkilä, T. 1998. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Hänninen., H., Karppinen, H. & Leppänen, J. 2009. Suomalainen metsänomistaja 2010: Metsänomistajatutkimus. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja.
- Itä-Suomen uutiset. 2011. Tukiviidakkoa karsittava. Itä-Suomen uutiset maanantai 7.3.2011. <http://areena.yle.fi/ohjelma/693870>. 8.3.2011.
- Joensuun yliopisto. 2009. Markkinointi ja sen toimintaympäristö: Markkinoinnin kilpailukeinot.  
<http://www.joensuu.fi/taloustieteet/markkinointi/kuluttajamarkkinointi/kul4main.htm>. 25.2.2010.
- Järvinen, E., Rämö, A-K. & Silvennoinen, H. 2006. Energiapuun tuotanto ja markkinat: Metsänomistajakysely. PTT raportteja N:o 199.  
[http://www.ptt.fi/dokumentit/rap199\\_0809061529.pdf](http://www.ptt.fi/dokumentit/rap199_0809061529.pdf). 30.1.2011.

- Kangas, J., Maltamo, T. & Tolonen, R. 1989. Vesakon alkukehitys ja sen vaikutus taimikkoon. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 343. Joensuun tutkimusasema.
- Karppinen, H. (toim.) 2008. Pohjois-Karjalan alueellisen metsäohjelman 2006 - 2010 tarkistus. Joensuu: Metsäkeskus Pohjois-Karjala.  
[http://www.metsakeskus.fi/NR/rdonlyres/2FE73B8E-4AD1-40B9-A781-7912FC814351/10192/Metsäohjelma2006\\_2010\\_tarkistus\\_nettiin2.pdf](http://www.metsakeskus.fi/NR/rdonlyres/2FE73B8E-4AD1-40B9-A781-7912FC814351/10192/Metsäohjelma2006_2010_tarkistus_nettiin2.pdf).  
11.6.2010.
- Karppinen, H. 2010. Taimikoiden varhaishoitokampanja Pohjois-Karjalassa. Metsäkeskusten uutiset 4.6.2010  
[http://www.metsakeskus.fi/web/fin/uutiset/2010\\_uutiset/kesakuu/uu\\_pk\\_sr\\_varhaishoitokampanja2010.htm?location=PohjoisKarjala&days=360&nsword=](http://www.metsakeskus.fi/web/fin/uutiset/2010_uutiset/kesakuu/uu_pk_sr_varhaishoitokampanja2010.htm?location=PohjoisKarjala&days=360&nsword=). 2.1.2011.
- Karppinen, H., Hänninen, H. & Ripatti, P. 2002. Suomalainen metsänomistaja 2000. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 852.
- Kiljunen, N. & Luoranen, J. 2006. Kuusen paakkutaimien viljelyopas. Metsäntutkimuslaitos, Suonenjoen toimintayksikkö. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Kukkonen, A. 2010. Metsänomistaja. Haastattelu lehtijuttuun 13.08.2010.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Jyväskylä: Gummerus.
- L1995/1474. Laki metsäkeskuksista ja metsätalouden kehittämiskeskuksesta.  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1995/19951474>. 10.8.2010.
- L1996/1093. Metsälaki. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19961093>.  
15.11.2010.
- L2003/109. Yhteismetsälaki.  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030109>. 26.2.2011.
- Metsäkeskuksen asiantuntijapalvelut toimintoryhmä. 2010. Kampanjasuunnitelma.  
11.6.2010.
- Metsäkeskus. 2009. Metsäkeskusten esittely.  
<http://www.metsakeskus.fi/web/fin/metsakeskukset/esittely/etusivu.htm>.  
10.8.2010.
- Metsäkeskus. 2010. Taimikoita jätetään heitteille. Metsäkeskusten uutiset 28.6.2010.  
[http://www.metsakeskus.fi/web/fin/uutiset/2010\\_uutiset/kesakuu/uu\\_ta\\_pw\\_taimikoita\\_heitteille.htm?location=&days=360&nsword=](http://www.metsakeskus.fi/web/fin/uutiset/2010_uutiset/kesakuu/uu_ta_pw_taimikoita_heitteille.htm?location=&days=360&nsword=). 15.11.2010.
- Metsäkustannus Oy ja Tapio. 2007. Metsänhoitokortisto, Kortti nro 02-001, Taimikon varhaishoito.

- Metsäneuvosto. 2010. Tarkistettu Kansallinen metsäohjelma 2015. MMM:n julkaisuja 14.9.2010.  
[http://www.metsateollisuus.fi/Infokortit/Kansallinen%20mets%C3%A4ohjelma%202010%20\(KMO\)/Documents/KMO2015\\_14092010-lopullinen.pdf](http://www.metsateollisuus.fi/Infokortit/Kansallinen%20mets%C3%A4ohjelma%202010%20(KMO)/Documents/KMO2015_14092010-lopullinen.pdf). 2.1.2011.
- Metsäntutkimuslaitos 2009a. Metsien hoito. [http://www.metla.fi/metinfo/tilasto/metsienhoito/metsienhoito\\_haku\\_t.html](http://www.metla.fi/metinfo/tilasto/metsienhoito/metsienhoito_haku_t.html). 11.6.2010.
- Metsäntutkimuslaitos 2009b. Metsävarat metsäkeskuksittain - VMI10:n ja VMI9:n tuloksia. <http://www.metla.fi/metinfo/vmi/> 11.6.2010.
- Metsäsertifioinnin standardityöryhmä. 2003. FFCS 1002-1:2003 Ryhmäsertifioinnin kriteerit metsäkeskuksen toimialueen tasolla.  
[http://www.pefc.fi/media/Standardit/FFCS\\_1002\\_1\\_2003SU.pdf](http://www.pefc.fi/media/Standardit/FFCS_1002_1_2003SU.pdf). 11.6.2010.
- Peltola, M., Tantt, V. & Valkonen, J. 2007. Omatoimisen taimikonhoitotyön tuottavuus ja laatu. TTS tutkimuksen julkaisuja 401. Nurmijärvi: TammerPaino Oy.
- Riikilä, M. 2010. Taimikonhoito. Helsinki: Metsäkustannus Oy.
- Rekonen, E. 2010. Metsänhoitoyhdistyksen palveluiden markkinointi Case: Taimikon varhaisperkaus. Opinnäytetyö. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Metsä- ja puutalouden markkinoinnin koulutusohjelma.  
[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/13283/Eetu\\_Rekonen.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/13283/Eetu_Rekonen.pdf?sequence=1). 20.2.2011.
- Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1998. Nykyaikainen markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Rämö, A-K. & Toivonen, R. 2009. Uusien metsänomistajien asenteet, motiivit ja aiomukset metsiin ja metsänomistukseen liittyvissä asioissa. PTT raportteja N:o 216. [http://www.ptt.fi/dokumentit/rap216\\_1802091232.pdf](http://www.ptt.fi/dokumentit/rap216_1802091232.pdf). 20.2.2011.
- Strandström, M., Hämäläinen, J. & Pajuoja, H. 2009 Metsänhoidon koneellistaminen Visio ja T&K-ohjelma. Helsinki: Metsäteho Oy.  
[http://www.metsateho.fi/files/metsateho/Raportti/Raportti\\_206\\_Metsanhoidon\\_koneellistaminen\\_ms-jh-hp\\_stand.pdf](http://www.metsateho.fi/files/metsateho/Raportti/Raportti_206_Metsanhoidon_koneellistaminen_ms-jh-hp_stand.pdf). 2.1.2011.
- Soininen, M. 1995. Tieteellisen tutkimuksen perusteet. Turku: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus.
- Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.
- Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY.
- Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? 2. painos. Helsinki: KY-Palvelu.
- Ålander, K. 1998 Suoramarkkinointi: Opas toimivan kampanjan suunnitteluun. Jyväskylä: Painotalo Sisäsuomi.

Saatekirje



Arvoisa metsänomistaja,

Pohjois-Karjalan metsäkeskuksella on käynnissä taimikon varhaishoitokampanja, jonka tarkoituksena on innostaa metsänomistajia taimikon varhaishoitoon sekä lisätä tietoutta metsänhoidosta ja metsäkeskuksen tarjoamista palveluista.

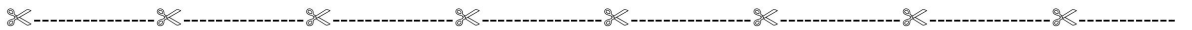
Nyt olemme kiinnostuneet Teidän mielipiteestänne metsänomistajana, onko kampanjoista hyötyä ja millaisia palveluita haluaisitte saada metsäkeskukselta. Ohessa on kyselylomake, johon vastaamalla autatte meitä parantamaan palvelujamme ja tiedotustamme metsänomistajille.

Kaikkien vastaajien kesken arvotaan kolme kappaletta metsäkeskuksen tuotepalkintoja. Arvontaan voitte osallistua alla olevalla arvontakupongilla, jonka voitte postittaa kyselylomakkeen kanssa oheisessa palautuskuoressa. Palautuskuoren postimaksu on valmiiksi maksettu. Kyselyyn voitte vastata osallistumatta arvontaan.

Tämä kyselytutkimus teetetään opinnäytetyönä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulussa. Kyselyn vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä vastauksia yhdistetä luovuttamiinne osoitetietoihin. Yhteystietonne on saatu Pohjois-Karjalan metsäkeskuksen asiakasrekisteristä.

Yhteistyöstä kiittäen

Maija Vanhatalo  
Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu  
maija.vanhatalo@edu.pkamk.fi  
puh. 050 345 4232



|                             |
|-----------------------------|
| <b>Arvontakupongi</b>       |
| Nimi                        |
| Lähiosoite                  |
| Postinumero ja -toimipaikka |
| Puhelin                     |
| Sähköposti                  |

Pyydän teitä ystävällisesti vastaamaan kysymyksiin ympyröimällä haluamaanne vastausvaihtoehdon. Joissakin kysymyksissä voi vastata useampaan vaihtoehtoon, silloin kysymykseen vastaamiseen on annettu erillinen ohjeistus suluissa kysymyksen jälkeen. Muuten valitkaa siis vain yksi vastausvaihtoehto.

Muutamassa kysymyksessä vastaus kirjoitetaan sille varattuun tilaan. Sellaisissa kysymyksissä, joissa kysytään mielipidettänne (oletteko samaa vai erimielistä) vastausvaihtoehtojen 4-3-2-1 ajatellaan olevan yhtä etäällä toisistaan.

Viimeisillä sivuilla on tilaa vapaille kommenteille. Vastauksenne on tärkeä meille!

- 1) Sukupuoli.
  - a) Mies
  - b) Nainen
- 2) Syntymävuotenne.  
19 \_\_\_\_\_
- 3) Ammattiasema.
  - a) Maatalousyrittäjä
  - b) Yrittäjä
  - c) Metsäalan työntekijä
  - d) Muu palkansaaja
  - e) Eläkeläinen
  - f) Muu, mikä? \_\_\_\_\_
- 4) Asuinpaikka.
  - a) Maaseudulla haja-asutusalueella
  - b) Maaseututaajamassa
  - c) Kaupunkitaajamassa
- 5) Mikä on asuinpaikkanne etäisyys metsätilastanne?
  - a) Asun metsätilallani
  - b) Alle 20 km
  - c) 20 - 50 km
  - d) Yli 50 km
- 6) Mikä on omistuksessanne olevien tilojen metsäpinta-ala hehtaareina?  
\_\_\_\_\_ hehtaaria
- 7) Metsätilojenne pääasiallinen omistusmuoto?
  - a) Yksin
  - b) Puolison kanssa
  - c) Metsäyhtymä tai muu sellainen
  - d) Perikunta



## Kyselylomakkeet

8) Kauanko olette omistanut metsätilanne?

- a) Alle 5 vuotta
- b) 5 - 10 vuotta
- c) 10 - 20 vuotta
- d) Yli 20 vuotta

9) Metsän pääasiallinen sijaintikunta?

- a) Iломantsi
- b) Joensuu
- c) Juuka
- d) Kesälahti
- e) Kitee
- f) Kontiolahti
- g) Lieksa
- h) Liperi
- i) Nurmes
- j) Outokumpu
- k) Polvijärvi
- l) Rääkkylä
- m) Tohmajärvi
- n) Valtimo
- o) Muu, mikä? \_\_\_\_\_

**Seuraavat kysymykset koskevat taimikon varhaishoitoa metsätilallanne. Taimikon varhaishoidolla tarkoitetaan heinimistä sekä taimikon varhaisperkausta, jota tehdään alle 2 metrin taimikoissa. Toisin sanoen varhaishoidossa poistetaan kasvatettavien taimien ympäriltä niitä haittaava heinä, vatukko ja lehtipuuvesakko, työmenetelmänä käytetään joko heinien polkemista maahan tai raivaussahalla perkaamista.**

10) Arvioi varhaishoidon tarpeessa olevien pienten taimikoiden osuus metsätilanne koko metsäpinta-alasta.

- a) \_\_\_\_\_ ha
- b) en osaa sanoa

11) Oletteko tehneet/teettäneet taimikon varhaishoitoa viimeisen viiden vuoden aikana ja monellako hehtaarilla kokonaisuudessaan?

- a) Alle 1 ha
- b) 1 - 2,9 ha
- c) 3 - 4,9 ha
- d) 5 - 10 ha
- e) Yli 10 ha
- f) En ole tehnyt/teettänyt taimikon varhaishoitoa viimeisen viiden vuoden aikana lainkaan

12)Arvioikaa, onko metsissänne ollut tarvetta tehdä enemmän varhaishoitotöitä kuin on tehty viimeisen viiden vuoden aikana.

- a) Ei ole ollut, kaikki tarvittavat varhaishoitotyöt on tehty
- b) Tarvetta lisätyölle on ollut alle 1 ha.
- c) Tarvetta lisätyölle on ollut 1 - 2,9 ha.
- d) Tarvetta lisätyölle on ollut 3 - 4,9 ha.
- e) Tarvetta lisätyölle on ollut 5 - 10 ha.
- f) Tarvetta lisätyölle on ollut yli 10 ha.
- g) En ole tehnyt/teettänyt taimikon varhaishoitoa viimeisen viiden vuoden aikana lainkaan
- h) En osaa sanoa

13)Arvioikaa, paljonko metsissänne on taimikon varhaishoidon tarvetta tulevan viiden vuoden aikana kokonaisuudessaan.

- a) Alle 1 ha
- b) 1 - 2,9 ha
- c) 3 - 4,9 ha
- d) 5 - 10 ha
- e) Yli 10 ha
- f) En osaa sanoa

14)Aiotteko tehdä/teettää taimikon varhaishoitoa tulevan viiden vuoden aikana ja monellako hehtaarilla kokonaisuudessaan?

- a) En aio tehdä/teettää taimikon varhaishoitoa tulevan viiden vuoden aikana
- b) Alle 1 ha
- c) 1 - 2,9 ha
- d) 3 - 4,9 ha
- e) 5 - 10 ha
- f) Yli 10 ha

15)Teettekö pääosin taimikon varhaishoidon itse vai teetättekö työn muilla?

- a) Teen kaiken itse
- b) Teetän muilla noin \_\_\_\_\_% kaikista taimikon varhaishoidoista
- c) Teetän kaiken muilla
- d) En tee/teetä taimikon varhaishoitoa lainkaan

16)Oletteko saanut kirjeen taimikon varhaishoitokampanjasta Pohjois-Karjalan metsäkeskukselta?

- a) Kyllä
- b) En

## Kyselylomakkeet

17) Miten haluaisitte saada tietoa metsäsasioista?  
(Tässä kysymyksessä ympyröikää yksi tai useampi kohta)

- a) Henkilökohtaisena opastuksena
- b) Tietoa kotiin postitse
- c) Sähköpostilla
- d) Sähköisenä palveluna internetin välityksellä
- e) Tietoa lehdistä
- f) Koulutuksina ja tapahtumina
- g) Muulla tavalla, miten? \_\_\_\_\_
- h) En halua saada tietoa metsäsasioista

18) Minkälaista tietoa haluaisitte saada mieluiten?

- a) Henkilökohtaista tietoa, metsätalallanne olevista metsikkökohteista ja niiden mahdollisuuksista
- b) Yleistä tiedotusta mm. metsänhoito-ohjeita
- c) Muuta, mitä? \_\_\_\_\_

19) Minkälainen mielikuva teillä on taimikon varhaisoidosta?

(Ympyröikää mielipiteenne 4 = täysin samaa mieltä 3 = osittain samaa mieltä  
2 = osittain eri mieltä 1 = täysin eri mieltä)

|                                 | täysin<br>samaa mieltä | osittain<br>samaa mieltä | osittain<br>eri mieltä | täysin<br>eri mieltä |
|---------------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|
| Varhaishoito on hyödyllistä     | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito on hyötyliikuntaa  | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito on tärkeää         | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito on aliarvostettua  | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito on kannattamatonta | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito on raskasta        | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito on kallista        | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito on ylimainostettua | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |

20) Millaisen mielikuvan taimikon varhaisoidosta olette saanut metsäammattilaisilta?

(Ympyröikää mielipiteenne 4 = täysin samaa mieltä 3 = osittain samaa mieltä  
2 = osittain eri mieltä 1 = täysin erimieltä)

|   | täysin<br>samaa mieltä | osittain<br>samaa mieltä | osittain<br>eri mieltä | täysin<br>eri mieltä |
|---|------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|
| Varhaishoito ei ole pakollista  | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito on tärkeää tehdä ja kun se tehdään oikea-aikaisesti, niin säästytään kasvatappioilta | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Varhaishoito ei ole tarpeen, sillä hoitamattomasta metsästä saa myöhemmin valtion rahoitustukea   | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| En ole saanut minkäänlaista mielikuvaa varhaisoidosta metsäammattilaisilta                        | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |

## Kyselylomakkeet

21) Tiedättekö, että metsäkeskuksella on menossa varhaishoitokampanja ja jos tiesitte, niin missä yhteydessä saitte tietää siitä?

- a) En tiennyt
- b) Kyllä, olen tiennyt

Yhteys jossa saitte tietää kampanjasta (Tässä kysymyksessä ympyröikää kaikki ne yhteydet, joista olette saanut tietää kampanjasta, lisäksi merkitkää numero yksi (1) sen yhteyden eteen, josta saitte ensimmäiseksi tietää kampanjasta)

- A) Kampanjakirjeestä
- B) Lehdessä, mistä lehdessä? \_\_\_\_\_
- C) Internetistä
- D) Koulutuksesta/ tapahtumasta
- E) Muualta, mistä? \_\_\_\_\_

22) Oletteko lukenut kampanjasta lehdestä, ja miksi olette/ette ole lukenut?  
(Tässä kysymyksessä ympyröikää 1 - 3 kuvaavinta syytä)

- a) Kyllä, olen lukenut
  - A) Asia oli ajankohtainen
  - B) Halusin lisätietoa varhaishoitosta
  - C) Kiinnostava otsikko
  - D) Kilpailu, jossa palkintona raivaussaha
  - E) Jokin muu syy, mikä \_\_\_\_\_
- b) En ole lukenut
  - A) En ole nähnyt lehdissä varhaishoitoa koskevia artikkeleita
  - B) Asia ei ollut ajankohtainen
  - C) Varhaishoitoartikkelit eivät kiinnostaneet minua
  - D) Jokin muu syy, mikä \_\_\_\_\_

**Seuraavat kysymykset koskevat vain niitä, jotka ovat tietoisia taimikon varhaishoitokampanjasta**

23) Tiesittekö ennen kampanjaa, mitä varhaishoito on?

- a) Kyllä
- b) En

24) Olitteko tehnyt/teettänyt varhaishoitotoita ennen kampanjaa?

- a) Kyllä
- b) En

25) Osallistuitteko varhaishoitokampanjan kilpailuun, ja jos osallistuitte, niin miten?

- a) Kyllä, olen osallistunut
  - A) Internetissä
  - B) Postituskupongilla
- b) En ole osallistunut, mutta aion osallistua
- c) En ole osallistunut, enkä aio osallistua

## Kyselylomakkeet

26) Mitkä tekijät vaikuttivat eniten siihen, että osallistuitte/ette osallistunut kampanjakilpailuun?  
(Tässä kysymyksessä ympyröikää 1 - 3 sopivinta vaihtoehtoa ja merkitkää numero yksi (1) ruutuun sen tekijän eteen, joka oli kaikista tärkein, numero kaksi (2) toiseksi tärkeimmän tekijän eteen ja numero kolme (3) kolmanneksi tärkeimmän tekijän eteen)

Osallistuin, koska

- a) Minua muistutettiin varhaishoidosta
- b) Ymmärsin, miten tärkeää varhaishoito on
- c) Oli mukava kokeilla onnea arvonnassa, kun varhaishoitotyöt on aiemminkin hoidettu
- d) Palkinnot olivat hyvät
- e) Muita syitä, mitä? \_\_\_\_\_

En osallistunut, koska

- e) En tehnyt varhaishoitoa tänä kesänä
- f) Tarvitsisin lisää neuvoja varhaishoidon tekemiseen
- g) En ehdi tehdä varhaishoitoa
- h) En saa mitään rahallista tukea varhaishoitoon
- i) En tahdo luovuttaa tietojani/ metsätilani tietoja ulkopuolisille
- j) Kesä oli liian helteinen varhaishoitotöille
- k) Muita syitä, mitä? \_\_\_\_\_

27) Olisiko taimikkonne varhaishoito tullut tehtyä ilman kampanjaa?

- a) Kyllä, varmasti
- b) Kyllä, melko varmasti
- c) Ei, melko varmasti
- d) Ei, varmasti
- e) En ole tehnyt/teettänyt taimikon varhaishoitoa

28) Otitteko yhteyttä metsäkeskukseen saadaksenne lisätietoja kampanjasta?

- a) Kyllä
- b) En

## Kyselylomakkeet

29) Kävittekö metsäkeskuksen koulutuksissa/ tapahtumissa kun saitte tietää kampanjasta, ja jos kävitte niin miksi?

- a) En käynyt  
b) Kyllä, kävin

Syitä (Tässä kysymyksessä ympyröikää 1 - 3 kuvaavinta kohtaa)

- A) Asia oli ajankohtainen  
B) Halusin lisätietoa varhaishoidosta  
C) Koulutus/tapahtuma oli ilmainen  
D) Näin/opin jotain uutta  
E) Muu syy, mikä? \_\_\_\_\_

30) Vierailitteko metsäkeskuksen internetsivuilla kirjeen takia?

- a) Kyllä  
b) En

31) Arvioikaa asteikolla 1 - 4 seuraavia asioita kampanjakirjekuoren sisällöstä.

(Ympyröikää mielipiteenne 4 = täysin samaa mieltä 3 = osittain samaa mieltä  
2 = osittain eri mieltä 1 = täysin eri mieltä)

|  | täysin<br>samaa mieltä | osittain<br>samaa mieltä | osittain<br>eri mieltä | täysin<br>eri mieltä |
|--|------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|
| Kirjeessä asiat oli kirjoitettu ymmärrettävästi      | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Kirjeessä oli asiaa liian paljon                     | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Kirjeessä oli asiaa liian vähän                      | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Kirje herätti kysymyksiä                             | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| Oli tärkeää, että:                                   |                        |                          |                        |                      |
| - lisätietoa löytyi internetistä                     | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| - kirjeessä oli puhelinnumero, josta sai lisätietoja | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| - kirjeessä oli vastauskuponki, jonka sai postittaa  | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |
| - kirjeessä oli ohjeet varhaishoitoon                | 4                      | 3                        | 2                      | 1                    |

32) Onko taimikon varhaishoitokampanjalla mielestänne vaikutusta varhaishoitotyömääriin Pohjois-Karjalan alueella?

- a) Kyllä, paljon  
b) Kyllä, melko paljon  
c) En osaa sanoa  
d) Melko vähän  
e) Ei ollenkaan

**Kiitos vastauksistanne!**

## Varhaishoitokampanjan suoramarkkinointikirje

Sivu 1/1

## ILMOITUS UUDISTAMISTÖIDEN TOTEUTTAMISESTA

Tulostuspvm 29.04.2010 16:00:10

Metsänomistaja  
XXXXXKunta XXXXX  
Kylä XXXXX  
Tilan nimi XXXXX

Rno xx:xx

## Kuviotiedot

| Ilmoitusnro | Kuvio-<br>nro       | Pinta-ala    | Uud.tapa            | Uud. puulaji   | Muokkaus                           | Erit.<br>tärkeä<br>elinymp. | Perust. | Vakiint. | Valmis |
|-------------|---------------------|--------------|---------------------|----------------|------------------------------------|-----------------------------|---------|----------|--------|
|             | 397,0<br>toteutettu | 0,40<br>0,40 | Luontainen<br>Kylvö | Mänty<br>Mänty | Kaivurilaikutus<br>Kaivurilaikutus |                             |         |          | 2006   |
|             | 400,1<br>toteutettu | 0,50<br>0,50 | Kylvö<br>Kylvö      | Mänty<br>Mänty | Kaivurilaikutus<br>Kaivurilaikutus |                             |         |          | 2007   |

METSÄKESKUS POHJOIS-KARJALA  
SILTAKATU 20 B  
FI-80100 JOENSUU

## Varhaishoitokampanjan suoramarkkinointikirje



# päivä taimikollesi

## Arvoisa metsänomistaja,

Taimikon varhaishoito on avain uuden metsän hyvään alkun. Puuston laatu, kasvu ja tuotto ratkaistaan jo taimikon alkuvaiheessa. Ajallaan tehty varhaishoito on helpompaa ja nopeampaa kuin myöhästyneenä tehty työ. Metsänomistajana vaikutat miten metsäsi menestyy.

## Tarkista taimikkosi hyvinvointi

Anna nyt päivä taimikollesi. Kevätkesä on oikea aika käydä paikan päällä tarkastamassa taimikkosi tilanne. Mikäli taimet ovat jääneet kaatuneen heinän alle tai muuta kasvillisuutta lyhyemmiksi, on syytä ryhtyä varhaishoitoon.

## Käyttöösi ilmoitus uudistamistöiden toteuttamisesta

Ohessa olevaan ilmoitukseen uudistamistöiden toteuttamisesta on merkitty ne kuvat, joilla hoidontarve metsässäsi on hyvin ajankohtainen. Tilallasi voi olla muitakin hoitokohteita. Tiedot perustuvat metsäkeskukseen vuosina 2002–2008 jätettyihin ilmoituksiin tilallanne toteutetuista uudistamistöistä. Jos olet jo ehtinyt tehdä taimikkosi varhaishoitotyöt, onnittelemme sinua ripeästä toiminnasta!

## Polje tai raivaa - osallistu ja voita!

Varhaisoidossa poistetaan kasvatettavien taimien ympäriltä niitä haittaava heinä ja lehtipuuvesakko. Tämän voit tehdä helposti itsekin: heinät poljetaan maahan ja vesakko raivataan pois. Samalla saat virkistävää liikuntaa metsässäsi. Halutessasi voit teettää työn metsäammattilaisella. Lisätietoja ja hyviä ohjeita saat metsäkeskuksesta ja Internet-sivuiltamme [www.metsakeskus.fi](http://www.metsakeskus.fi).

## Osallistu varhaishoitokilpailuun ja voita kunnan työvälineet.

Ilmoittamalla 1.1.2010- 31.10.2010 tehdyt hoitotyöt voit osallistua kilpailuun. Palkintoina arvotaan kaksi raivaussahaa ja kymmenen vesuria jokaisen metsäkeskuksen alueella. Yhteensä tarjolla on 156 palkintoa.

## Metsäkeskuslaiset ovat sinua varten

Tarvittaessa löydät töiden toteuttajan metsäkeskuksen Metsään Palstat-verkkopalvelusta ([palstat.metsakeskus.fi](http://palstat.metsakeskus.fi)). Metsään Palstat- verkkopalvelun käyttö on tehty Sinulle mahdollisimman helpoksi. Ilmoitat vain toiveesi metsäkeskukseen. Lisätietoja palvelustamme löydät oheisesta Metsään Palstat-palvelumme esitteestä. Olet myös tervetullut metsäkeskuksen kurssille lisäoppiin.

Lisätietoja Taimikon varhaishoito- kampanjastamme:

Maija Vanhatalo puh. 040 554 1724, Email [majja.vanhatalo@metsakeskus.fi](mailto:majja.vanhatalo@metsakeskus.fi)

Ystävällisin terveisin

## Metsäkeskus Pohjois-Karjala

Heikki Karppinen  
kehittämisasiantuntija  
puh. 0500 186 603  
Email [heikki.karppinen@metsakeskus.fi](mailto:heikki.karppinen@metsakeskus.fi)




**metsäkeskus**  
pohjois-karjala



## Varhaishoitokampanjan suoramarkkinointikirje



# polje ja raivaa - hyödy ja voita

## Tee hyvää metsällesi ja osallistu samalla kilpailuun

Kun olet ahkeroinut päivän taimikollasi tai teettänyt varhaishoitotyön ammattilaisella, voit osallistua kilpailuun, jossa arvotaan kaksi raivaussahaa (Husqvarna 343FR ja Stihl 450K) ja kymmenen Fiskarsin vesuria jokaisen metsäkeskuksen alueella. Kilpailuun voi osallistua kukin metsänomistaja yhdellä kilpailukupongilla/metsäkeskus.

Kilpailusäännöt täyttäväksi kohteeksi katsotaan 31.10.2010 mennessä tehty, pituudeltaan alle 2 metrin pituinen taimikko, jonka hoitamiseen ei ole vielä käytettävissä kemera-varoja. Tyypillinen varhaishoitokohde on alle 7 vuoden ikäinen taimikko, jossa taimien kasvua haittaa vesakko tai muu kasvillisuus.

Taimikon varhaishoitoon kuuluvat heinäys, vatukon poisto sekä taimien kasvua haittaavan vesakon perkaus. Näillä turvaat taimikon hyvän kasvuunlähdon. Heinän voit polkea maahan tai niittää. Vesakon perkaat helposti raivaussahalla, mutta myös vesurilla syntyä tulosta. Kun teet työn itse, saat samalla raitista ulkoilmaa ja liikuntaa.

Osallistu kilpailuun netissä  
[www.metsakeskus.fi/varhaishoitokilpailu](http://www.metsakeskus.fi/varhaishoitokilpailu)  
 tai lähettämällä alla olevan kortin!



| metsänomistaja  | metsän tiedot   |
|---|---|
| Nimi  | Metsän sijaintikunta  |
| Lähiosoite  | Tilan nimi  |
| Postinumero ja -toimipaikka   | Rekisterinumero   |
| Puhelin   | Metsäsuunnitelman laadintavuosi                                       |
| Sähköposti  | Metsäsuunnitelman kuvionumerot  |
| <input type="checkbox"/> Olen lukenut kilpailun säännöt.<br><input type="checkbox"/> Metsäkeskus saa lähettää sähköpostiini metsäomaisuuden hoitoon liittyviä viestejä. | Hoidettu pinta-ala, ha  |
|   | Työn ajankohta  |
|   | Osoitelähde: Metsäkeskuksen metsänomistajarekisteri, puh. 020 692 555 |



# metsäkeskus

www.metsakeskus.fi



## Taimikon varhaishoitokilpailun säännöt

1. Kilpailuaika on 1.1.2010-31.10.2010, jonka aikana toteutetut ja ilmoitetut varhaishoitokohdekohteet ovat mukana.
2. Kilpailu järjestetään kaikkien metsäkeskusten alueella.
3. Kilpailuun voi osallistua metsänomistaja, jonka metsässä on suoritettu vähintään 0,5 hehtaaria taimikon heinäystä, vatukon poistoa tai varhaisperkausta.
4. Varhaishoitokohdeksi katsotaan pituudeltaan alle 2 metrin pituinen taimikko, jonka hoitamiseen ei ole vielä käytetty kemera-varoja. Tyypillinen varhaishoitokohde on alle 7 vuoden ikäinen taimikko, jossa taimien kasvua haittaa vesakko tai muu kasvillisuus.
5. Varhaishoitotyössä kasvatettavaa pääpuulajia ei vielä tarvitse eikä kannata harventaa, vaan kasvatettavan pääpuulajin kasvua haittaava vesakko tulee olla perattuna.
6. Työn on voinut tehdä itse tai teettää ulkopuolisella työvoimalla.
7. Kilpailuun voi osallistua kukin metsänomistaja yhdellä kilpailukupongilla/metsäkeskus. Tehdyn työmaan voi ilmoittaa metsänomistajan luvalla myös joku muu kuin metsänomistaja itse.
8. Kaikki arvonnassa voittaneet kohteet tarkastetaan.
9. Palkintoina arvotaan kaksi raivaussaha ja kymmenen vesuria jokaisessa metsäkeskuksessa.

FISKARS®

Husqvarna®

STIHL®



polje ja raivaa  
- hyödy ja voita

Vastaanottaja  
maksaa  
postimaksun

Metsäkeskus Pohjois-Karjala  
Tunnus 5001270  
INFO 80100  
80003 VASTAUSLÄHETYS

## Taimikon varhaishoito

Kun taimikosta huolehditaan uudistamisen jälkeisinä vuosina, säilyy sijoitus tuottavana. Täystiheänä taimikko kasvaa laatupuuta.

Metsänuudistamisen tavoitteena on saada kasvupaikalle soveltuva, täystiheä ja hyvälaatuinen taimikko kohtuullisessa ajassa. Nuorta taimikkoa uhkaavat heinikko, vesakko ja tuhot, joita yleisimmin aiheuttavat myyrät, hirvet ja sienitaudit. Luontainen uudistaminen voi epäonnistua, jos siementä tulee heikosti maanmuokauksen jälkeen.

Taimikon kehitystä kannattaa seurata ja tehdä viipymättä tarvittavat hoitotyöt.

### Oikea-aikainen taimikon varhaishoito

- on tärkeä osa uudistamisketjua, sen tehtävänä on varmistaa uuden puuston **vakiintuminen**
- kuuluu metsälain edellyttämiin uuden kasvun turvaamistoimiin.

### TAVOITELTAVA TAIMIKKO

Kullakin kasvupaikalla suositetaan parhaiten menestyviä puulajeja.

**Mänty** soveltuu parhaiten kuivahkoille ja sitä karummille kankaille sekä vastaaville turvemaille.

**Kuusen** kasvupaikkoja ovat tuoret ja sitä viljavammat kankaat sekä vastaavat turvemaat. Ainoastaan kuusi soveltuu hienojakoisille viljaville maille.

**Rauduskoivu** soveltuu tuoreille ja erityisesti lehtomaisille kankaille sekä lehtoihin.

**Haapa** vaatii kasvupaikakseen vähintään lehtomaisen kankaan.

**Hieskoivu** sopii turvemaille, kangasmaiden soistuneisiin osiin ja tiiviille savimaille. Sitä ei kannata kasvattaa



Taiga Media



Antti Sipilä

Tiheä ruoho- ja heinäkavillisuus tarjoaa suojaa ja ravintoa myyrille ja muodostaa sienitautien leviämislle edulliset, kosteat olosuhteet. Syksyllä lakoontuneen, tukahduttavan heinän alta taimia voi pelastaa vielä keväälläkin.

### Taloudellisesti käyttökelpoisia taimia 1–2-metrisessä taimikossa, tavoiteltava tiheys pääpuulajin mukaan:

| Taimikon pääpuulaji | Kasvatuskelpoisia taimia, kpl/ha |
|---------------------|----------------------------------|
| Mänty               | 4 000–5 000                      |
| Kuusi               | 1 600–1 800                      |
| Rauduskoivu         | 1 600                            |
| Hieskoivu           | 2 000                            |
| Lehtikuusi          | 1 300                            |
| Haapa               | 1 000–2 000                      |

pääpuulajina kangasmailla. Hieskoivun taloudellinen tuotto on merkittävästi havupuita ja rauduskoivua huonompi.

Koivu ja haapa ovat erityisen alttiita hirvituhoille, mikä rajoittaa monesti niiden käyttöä pääpuulajina. Hirvien talvehtimisalueilla tuhoriski rajoittaa myös männyn kasvatusmahdollisuuksia.

1–2-metrisessä tavoitetaimikossa kas-

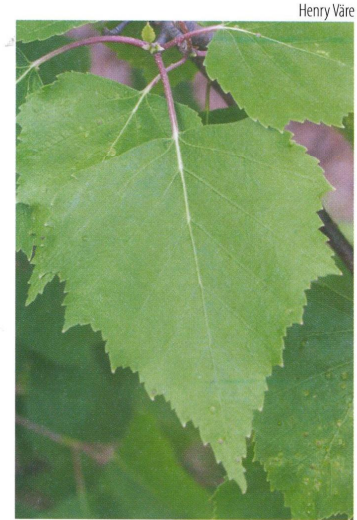
vaa taloudellisesti käyttökelpoisen puulajin taimia yhteensä oheisen taulukon mukaiset määrät.

Laadukkaan mäntytukin kasvattaminen edellyttää, että alkuvaiheessa taimia on vähintään 4 000–5 000 kpl/ha. Luontaisesti ja kylvään syntyneissä taimikoissa taimia on tavallisesti riittävästi. Männyn istutustaimikoissa lisätiheyttä

Kortti nro 02-001  
Sivu 3 (4)



Taimien latvat tarvitsevat kasvutilaa, siksi reikäperkauksessa poistetaan noin metrin etäisyydeltä kaikki taimien kasvua häiritsevä lehtipuusto.



Henry Väre

Rauduskoivun lehdet ovat kärjestään pitkäsuippuisia, kolmiomaisia ja laidaltaan toissahaisia.

#### Taimikon varhaishoidossa muistettavaa:

- Tee reikäperkausta ja poista vain sellainen lehtipuusto, josta on haittaa kasvatettavalle taimikolle.
- Poista vesakko tarkemmin, jos taimikko on jäänyt pahasti sen alle tai jos alueella on hirvituhojen riski. Hirvien vahingoittamat taimet kannattaa jättää paikoilleen, koska hirvien syönti keskittyy tavallisesti juuri niihin.
- Älä harvenna kasvatettavaa taimikkoa. Voit kuitenkin poistaa selvästi etukasvuisia, huonolaatuisia susipuita, kun ne vievät kasvutilaa paremmilta puilta. Selvässä aukkopaijassa susipuun voi kasvattaa kuitupuun mittoihin.
- Suosi havupuutaimikoiden täydennyspuulajina kangasmailla rauduskoivua ja turvemilla hieskoivua. Rauduksen erotat parhaiten uusien pituuskasvainten karheista hartsinystyröistä. Hieskoivun kasvaimet tuntuvat sormissa sileiltä. Hieksen lehdet ovat hieman pyöreämpiä ja vain kertaalleen sahalaitaisia.

#### KUUSI

Kuusen taimikossa varhaishoito on yleensä tarpeen jo noin metrin pituusvaiheessa. Hoitoa tarvitaan kuitenkin yleensä vain osalla uudistusala, jos kuuset on istutettu laikkumättäisiin. Haittaavat siemensyntyiset lehtipuutaimet poistetaan reikäperkaamalla noin metrin etäisyydeltä taimista. Vesasyntyinen puusto on syytä poistaa kokonaan.

Kuusen taimien suojaksi jätetään hallanaroilla paikoilla verhopuustoa, koivua

tai leppää. Liian tiheä verhopuusto hidastaa taimien kehittymistä, joten se kannattaa harventaa taimikon ollessa 1–2-metrillä ja poistaa viimeistään, kun taimikko on 3–4-metrillä. Osa hyvälaatuisista verhopuista, 300–400 runkoa hehtaarilla, voidaan kasvattaa tukkipuiksi.

#### KOIVU

Rauduskoivikosta poistetaan etukasvuisen, vesasyntyinen lehtipuusto.



Henry Väre

Hieskoivun lehdet ovat vain kertaalleen sahalaitaisia ja muodoltaan hieman raudusta pyöreämpiä.

#### LUONNONHOITO

Havupuutaimikoihin suositellaan jätettäväksi noin 10 prosentin koivusekoitus. Aukkopaijoihin jätetään tarvittaessa myös muita lehtipuita, kuten haapaa,

Kortti nro 02-001  
Sivu 2 (4)

saadaan siemensyntyisistä rauduskoi-  
vuista.

Luonnonhoidon vuoksi havupuutai-  
mikoissa suositeltava 10–20 prosentin  
lehtipuusekoitus, jos se on rauduskoi-  
vua, ei alenna kuusikon tuottoa.

Haapatukista saadaan hyvälaatuista,  
kun taimikon kasvatusihteys on vähin-  
tään 2 000 kpl/ha. Luontaiset taimet  
täydentävät haavan taimikon yleensä  
riittävän tiheäksi.

### HEINÄNTORJUNTA

Pintakasvillisuus haittaa taimien alku-  
kehitystä erityisesti tuoreilla ja sitä vilja-  
vammilla metsämailla sekä metsitetyillä  
pelloilla. Heinikko varjostaa taimia sekä  
kilpailee vedestä ja ravinteista. Heinikon  
kosteaa mikroilmasto edistää sienitautien  
leviämistä. Heinät tukahduttavat taimia  
lakouutuessaan syksyllä. Myös myyrät  
viihtyvät runsaassa pintakasvillisuudes-  
sa.

Parasta heinäntorjuntaa on ennakoivi-  
va heinäntorjunta metsänuudistami-  
sen yhteydessä: kasvupaikalle sopiva  
maanmuokkaus ja istutus heti muok-  
kauksen jälkeen.

Ennalta heinien määrään voidaan  
vaikuttaa ja tulevaa heinittämistä hil-  
litä kasvattamalla metsikkö täystiheä-  
nä metsänuudistamiseen asti. Nämä  
keinot eivät aina riitä, siksi heinää pi-  
tää tarvittaessa torjua mekaanisesti tai  
torjunta-aineella.

Viljavilla mailla taimia tukahduttavaa  
heinää on torjuttava jo viljelykesänä.  
Heinät niitetään, revitään tai poljetaan  
maahan taimien ympäriltä. Apuna voi  
käyttää pikkuviikateetta, raivausveistä,  
haravaa tai ruohoterällä varustettua rai-  
vaussahaa. Taimia ei saa vahingoittaa.

Pintakasvillisuutta voi torjua myös  
mekaanisilla taimisuojilla.

Voimakkaasti heinittyvillä alueilla  
voidaan käyttää kemiallisia torjunta-ai-  
neita. Torjunta-aineen käyttöohjeita on  
noudatettava tarkasti ja varmistettava  
aineen soveltuvuus. Epäselvissä tilan-  
teissa kannattaa kysyä neuvoa torjunta-  
aineen myyneestä liikkeestä tai metsä-  
ammattilaiselta.

Torjunta-aineita käytettäessä on jä-  
tettävä 25 metrin suojavaiohyke vesit-  
töihin ja pienvesiin. Torjunta-aineita ei  
saa käyttää metsäluonnon arvokkaissa  
elinympäristöissä.

### VESAKONTORJUNTA

Taimikon varhaisoidossa poistetaan  
vesakkoa eli kasvatettavien taimien ke-  
hittymistä haittaavaa lehtipuustoa. Jos  
tarpeellinen hoito laiminlyödään, pai-  
kan valtaa vähäarvoinen lehtipuusto ja  
taimet ovat vaarassa tuhoutua.

Taimikonhoito sujuu parhaiten rai-  
vaussahalla, mutta myös raivausveitsel-  
lä ja vesurilla syntyy hyvää jälkeä. Työ  
edellyttää tarkkaavaisuutta, ettei kas-  
vatettava taimikko vahingoitu. Lehti-  
puusto vesoo vähiten, kun työ tehdään  
keskikesällä. Vuodenaikaa tärkeämpää  
on kuitenkin, että työ tulee tehdyksi.  
Jos vesakko on hyvin peittävää, havu-  
puiden taimet erottuvat paremmin leh-  
dettömänä aikana.

Vesakoivujen taittaminen rungon  
puolivälin alapuolelta ilman katkaisua  
sopii reikäperkaukseen ja vähentää  
vesomista.

### MÄNTY

Kookas lehtipuusto on syytä poistaa  
ennen kuin se vaurioittaa männyn lat-  
vakasvaimia. Varhaishoito on tavallises-  
ti tarpeen 1–2-metrissä männyntaimi-  
kossa.

Kuivahkoilla ja kuivilla kankailla vesat  
eivät yleensä enää ehdi etukasvuiksi,  
jos varhaishoito tehdään silloin, kun  
taimet ovat noin metrin mittaisia ja per-  
kauksessa lehtipuut poistetaan tarkasti.  
Jos vesoittuminen on lievää, hoitoa voi-  
daan viivästyttää 2–3 metrin pituusvai-  
heeseen asti, mutta perkaus on tällöin  
työlämpää.

Viljavammilla kasvupaikoilla var-  
haishoito voidaan tehdä **reikäperkauk-  
sena**, jos lehtipuuesakko ei ole ehtinyt  
huonontaa taimien kuntoa.

Reikäperkauksessa poistetaan kasva-  
tettavien taimien ympäriltä noin metrin  
etäisyyteen asti kasvua haittaava vesak-  
ko, etenkin mäntyjen mittaiset tai sitä  
suuremmat lehtipuut. Lehtipuut eivät  
saa piiskata mäntyjen latvoja missään  
vaiheessa.



Martti Rantanen

Kaikkein viljavimmilla mailla taimikkoa on  
heinittävä alkuvaiheessa kahdesti kesässä,  
juhannuksen tienoilla ja syksyllä heinän  
lakouutuessa. Pienillä aloilla raivausveitsi  
ja pikkuviikate ovat käyttökelpoisia työväli-  
neitä.

Kaikkien lehtipuiden täysperkaus on  
tarpeen, jos taimikon kasvu on jo ehti-  
nyt taantua vesakon vuoksi tai jos alueel-  
la on suuri hirvituhojen riski. Istutustai-  
mikko jää tällöin kuitenkin harvaksi ja  
puista tulee paksuoksaisia, mikä huon-  
ontaa niiden laatua tukkipuuna.

**Haapavesakko** poistetaan männyntai-  
mikoista männynversoruosteeseen tor-  
jumiseksi. Aukkopaikkojen täydennys-  
taimiksi jätetään havupuita pienempiä,  
siemensyntyisiä koivuja.

Hirville maistuvat erityisen hyvin män-  
nyntaimet, jotka ovat kasvaneet lehti-  
puuston seassa ja joita ylitiheys on var-  
jostanut. Erityisesti pajun ja pihlajan  
määrä on pidettävä hirvituhojen ris-  
kialueella kohtuullisena ja taimikossa  
olevat lehtipuutiheiköt on perattava.  
Karkoteaineet ja latvasuojaimet ovat  
käyttökelpoisia, mutta ne antavat par-  
haimmillaankin vain osittaisen suojan  
hirviä vastaan.



## metsään | palstat

työkohteet ja työpalvelut

### METSÄÄN PALSTAT -VERKKOPALVELU

#### METSÄNOMISTAJILLE

- metsäsuunnitelman jatkopalvelu
- metsänomistajalle ilmainen
- auttaa metsänomistajaa metsänhoidossa ja puukaupan syntymisessä
- mahdollistaa hoito- ja hakkuukohteiden tuomisen alan toimijoiden tietoisuuteen
- lisää metsänomistajalle vaihtoehtoja ja yhteydenottoja
- helppo ja luotettava

#### 1. YLEISTÄ

Metsään Palstat on metsäkeskusten yhdessä tuottama valtakunnallinen verkkopalvelu, joka mahdollistaa metsänomistajien sekä alueella metsänhoito- ja korjuutöitä tekevien toimijoiden kohtaamisen.

Metsäkeskus toimii palvelun ylläpitäjänä. Palvelun avulla metsänomistajat löytävät palvelun tarjoajat ja metsässä toimijat mahdollisia työkohteita. Metsätyöpalveluista sopiminen, palvelujen tuottaminen ja laskutus tapahtuu suoraan metsässä toimijoiden ja metsänomistajien kesken. **Metsässä toimijoita ovat metsänhoitoyhdistykset, puun ostajat ja metsäpalveluyrittäjät.**

#### 2. TYÖKOHTTEEN ILMOITTAMINEN

Halutessanne ilmoittaa metsäsuunnitelmassanne olevia työkohteita, teitä palvelee **Helena Nylander** puh. 0400 366 149

Ilmoitus tallennetaan verkkopalveluun viikon kuluessa ilmoituksen toimittamisesta. Samassa yhteydessä sovitaan ilmoituksen voimassaoloaika.

#### 3. PALVELUN KÄYTTÖOIKEUS JA ILMOITUKSEN TIEDOT

Metsänomistajien ilmoittamat työkohteet näkyvät ainoastaan verkkopalveluun rekisteröityneille ja metsäkeskuksen hyväksymille metsässä toimijoille. Metsänomistajat vastaavat ilmoituksensa oikeellisuudesta.

Metsässä toimijoiden yhteystiedot ovat vapaasti kaikkien käytettävissä.

Tutustu Metsään Palstat -verkkopalveluun osoitteessa <https://palstat.metsakeskus.fi>.

Yhteistyöterveisin,

Metsäkeskus Pohjois-Karjala



## Varhaishoitokampanjan suoramarkkinointikirje

## metsään | palstat - Metsänomistajan yhteys työpalveluihin!

Metsäkeskukset tarjoavat Sinulle tehokkaan verkkopalvelun, jonka avulla saat nuoret metsäsi hoidettua vaivattomasti.

Valtakunnallisen internet-palvelun avulla löydät helposti nuoren metsän hoitokohteille toteuttajan. Voit hyödyntää palvelua monipuolisesti mm. ensiharvennuksilla, joissa korjataan energiapuuta tai taimikonhoitokohteilla.

Osoitteessa [palstat.metsakeskus.fi](http://palstat.metsakeskus.fi) syntyy vaivattomasti yhteys vaihtoehtoihin korjuutyön ja metsänhoitopalveluiden tuottajiin, vaikka asuisit kaukana metsästäsi.

Hyödynnä nyt tämän päivän tekniikkaa - luotettavasti ja helposti!  
[palstat.metsakeskus.fi](http://palstat.metsakeskus.fi)

**Nuoren metsän hoito**

Metsäkeskusten tarjoama palvelu tukee nuoren metsän hoitoa. Valveutuneena metsänomistajana tiedät, että ylitteävät nuoret metsät kannattaa hoitaa kuntoon harventamalla. Näin toimien varmistat puustosi jatkokehityksen ja tulevaisuuden puukauppatulot.

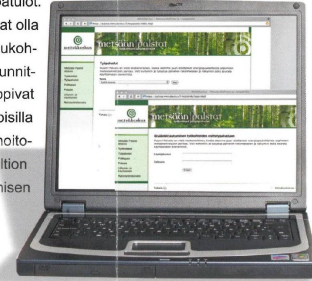
Nuoret kasvatusmetsät voivat olla myös hyviä energiapuun korjuukohteita. Metsäkeskuksen metsäsuunnitelija auttaa sinua löytämään sopivat kohteet metsästäsi. Tukikelpoisilla kohteilla nuoren metsän hoito mahdollistaa myös valtion rahoitustukien hakemisen

**Löydä helposti vaihtoehtoisia työpalveluja**

Metsään Palstat -verkkopalvelun käyttö on tehty Sinulle mahdollisimman helppoksi. Kun olet tilannut metsäkeskuksen metsäsuunnitelman, kerrot vain metsäsuunnittelijalle toiveesi viedä tiedot nuoren metsän hoitokohteestasi verkkopalveluun. Metsäkeskus haluaa auttaa Sinua metsäsuunnitelmasi toteuttamisessa ja sen vuoksi tarjoaa tämän lisäpalvelun samaan hintaan. Kun tietosi ovat verkkopalvelussa, metsäalan toimijat voivat tehdä työkohteistasi tarjouksia tai tarjota sinulle muuta haluamaasi työpalvelua.

Metsään Palstat -verkkopalvelusta löydät myös omatoimisesti ja helposti sinulle sopivia korjuu- ja metsänhoitopalveluja. Voit tutkia sivuilta löytyviä metsäalan toimijoiden palvelukavauksia ja yhteystietoja. Tämä yhteydenluonti on sinulle erinomaisen hyödyllistä ja edullista varsinkin tilanteissa, joissa metsäsi sijaitsee kaukana asuinseudultaasi.

Metsään Palstat -palvelussa voit ilmoittaa nuoren metsän hoitokohteesi vaivattomasti.

**Järkeä ja tehokkuutta**

Nuoren metsän hoitokohteissa kertyy usein vain vähän myytävää kuitupuuta. Sen sijaan ne saattavat olla oivallisia energiapuukohteita. Myös kuusen taimia hallalta suojaannut verhopuusto sopii hyvin energiapuuksi.

Metsään Palstat -palvelulla onnistut hankkimaan mm. energiapuun korjuupalvelun entistä nopeammin ja taloudellisemmin. Vaikka energiapuusta ei suuria summia kertyisikään, sen laiteenotto hyötykäyttöön alentaa merkittävästi nuoren metsän hoitokustannuksia. Lisäksi yhteiskunta on monessa tapauksessa tulossa avustuksillaan mukaan talkoisiin.

**Ota käyttöön, luotettava palvelu!**

Metsään Palstat -palvelu perustuu ajantasaiseen metsäsuunnittelulietoon ja Sinun päätökseesi tiedon hyödyntämisestä.

Palvelua ylläpitävät erityisammattilaiset luotettavasti ja puolueettomasti. Palvelu on helppokäyttöinen ja tuloksekas: sinun itse ei välttämättä tarvitse olla aktiivinen. Sinut löydetään verkkopalvelun avulla. Voit saada metsänhoitokohteellesi laadukkaan ja taloudellisesti hyvän lopputuloksen. Löydät sivuilta nopeasti alueellasi toimivien metsäammattilaisten yhteystiedot ja palvelutarjonnan. Ja kaikki tämä riippumatta siitä, missä metsäsi sijaitsee. Mikä parasta, uusi palvelu sisältyy tilaamasi metsäsuunnitelman kustannuksiin. Luvallasi metsäkeskus vie kohteesi tiedot puolestasi verkkopalveluun ilman erillistä maksua.

**Metsäkeskus****Metsätietoa, taitoa ja palvelua luotettavasti**

Metsäkeskus palvelee metsänomistajaa metsäsuunnittelussa, kunnostusohjauksessa sekä metsäteiden teossa ja perusparannuksessa. Metsäkeskus neuvoo kaikissa metsätalouden harjoittamisen ongelmassa, oli kyseessä metsien taloudellinen hyödyntäminen tai monimuotoisuuden ylläpitäminen. Metsäkeskus järjestää metsänomistajille myös koulutusta metsien ja metsäluonnon sekä metsäomaisuuden hoidosta.

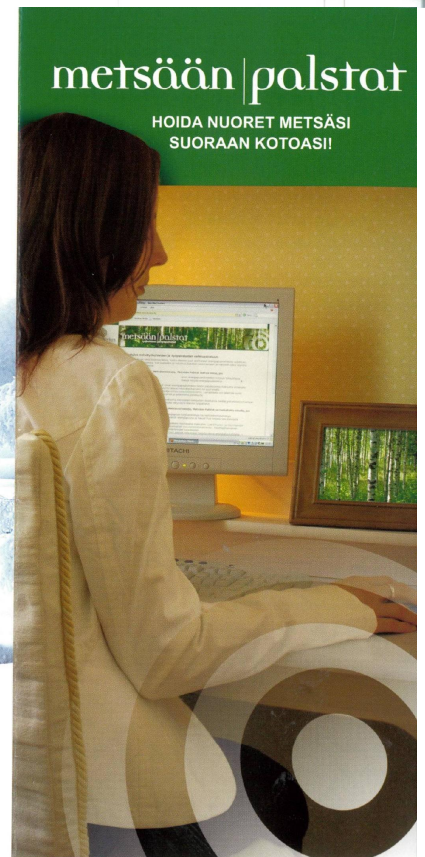
Metsäkeskus laatii ja toteuttaa maakunnan metsätalouden kehittämiseksi alueellisen metsäohjelman yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Metsäkeskuksella on myös keskeinen rooli erilaisten kehittämishankkeiden toteuttajana. Metsäkeskus ohjaa metsien kestävä käytön turvaamiseksi yhteiskunnan tukea metsien hoitoon ja valvoo metsien kestävä käyttöä.

**Metsäkeskuksesta:**

Työkohteiden ja palveluiden kohtaamispaikka!  
[palstat.metsakeskus.fi](http://palstat.metsakeskus.fi)



**metsäkeskus**  
[www.metsakeskus.fi](http://www.metsakeskus.fi)



8.6.2010 N:o 63 93 vsk.

## KARJALAN MAA

# Metsänomistajia kannustetaan taimikon varhaishoitotöihin

## Yhdenkin päivän satsaus voi olla pelastus

Pohjois-Karjalan metsäkeskus on ottanut tämän vuoden metsänhoidon teemakseen taimikoiden varhaishoidon yksityismetsissä. Taimikon varhaishoito on avain uuden metsän syntyiselle. Puuston laatu, kasvu ja tuotto rirtkastaan taimikon alkuvaiheessa. Riittämättömästi taimikon varhaishoitosta aiheutu vuo-sittain merkittävät taloudelliset menetykset. Taimikkoja jäi hoitamatta erityisesti yksityismetsätaloudessa.

Kampanjan tarkoituksena on kannustaa metsänomistajia taimikon varhaishoitotöihin. Jo yhdenkin päivän satsaus voi pelastaa taimikon. Taimikon varhaishoitolla tarkoitetaan metsän uudistamisen jälkeen tehtävää työtä, jolla nuorta taimia autetaan kasvun alkun.

Tällöin taimikot ovat noin 0,3 - 2 metriä pitkiä. Nuorta taimikkoa uhkaa alkuvaiheessa



Nuorta taimikkoa uhkaa alkuvaiheessa alueen heiniitys-

sa monesti alueen heiniitymisen ja vesakko. Taimikon kehitystä kannattaa seurata ja tehdä tarvittavat hoitotyöt viipymättä.

Parasita heinäntorjunta on ennakkoiva heinäntorjunta jo metsänuudistamisen yhteydessä. Alueelle sopiva monokausitapa vähentää merkittävästi alueen heiniitymistä sekä hieman myöhempää perkaustarvetta. Laikkunäätäksellä on saatu hyviä tuloksia rehevimmillä kivemäisillä.

Tuoreimman valtakunnan metsien inventoinnin mukaan laadultaan hyvien taimikoiden osuus on pienentynyt valtakunnallisesti edellisestä inventointikerrasta 39 prosentista vajaan kolmanneksen. Hoitamattomuus on laadun alentumisen syyinä noin kymmenesosalla koko maan taimikoista.

Pohjois-Karjalan alueellisesti metsäohjelmassa varhaisperkauksen tavoitteeksi vuodelle 2010 on asetettu 7300 hehtaaria. Vuosina 2006 - 2009 taimikonhoidon pinta-alaavoitteesta on jäänyt toteuttamatta noin 43 prosenttia.

Pohjois-Karjalan metsäkeskus lähestyy noin 1500 metsänomistajaa kirjeellä, jossa on ohjeita taimikon varhaishoitoon. Lisäksi Metsäkeskus järjestää erilaisia koulutuksia ja tilaisuuksia ympäri maakuntaa. Metsän ABC-hoitotyöt -maastoretkeily järjestetään Ilomantsissa 18.6.2010

## Päivä taimikollesi -kiipailu

Taimikoitaan hoitanet Pohjois-Karjalasta metsää omistavat voivat osallistua kiipailuun, jonka palkintona on kaksi raitausseuraa ja kymmenen vesuria. Kiipailuaika on 1.1. - 31.10.2010.

Tänä aikana torjuttu ja ilmoitetut varhaishoitokohdat ovat mukana arvonnaisissa. Kiipailuun osallistutaan ilmoittamalla varhaishoitotyöt metsäkeskukselle internetissä ( [www.metsakeskus.fi/varhaishoitokiipailu](http://www.metsakeskus.fi/varhaishoitokiipailu) ). Halutessaan metsänomistajat voivat tehdä työn myös metsäänmaattilaisella.

## Joensuun kaupunki julkaisi uuden opaskartan

Joensuun uusi opaskartta on julkaistu sopivasti vilkkaimman matkailukauden aikana. Kartta on ajantasainen tietopaketti kaupungin alueen tiestöstä, kaduista, asuin- ja teollisuusalueista, keskeisistä palvelupisteistä ja nähtävyyksistä.

Uuden kartan suuri muutos edelliseen painokseen on viime vuoden alusta liit-tyneiden Enon ja Pyhäselän alueiden esittäminen Joensuun kartalla. Hakuruudus-ton sisältäät opaskartta kartta kaupungin eri taajamat mittaamaan 1:15 000 ja ha-ja-alueen mittakaavaan 1:60 000 sekä näihin liittyvän erillisen tiennimluettelon. Kartat on esitetty suuntaa antavat osoitenumerot palkantamisen helpottamiseksi.

Joensuun kaupungin digitaaliseen kartta-aineistosta tuotettua opaskartta on myymisessä teknisen viraislon asiakaspalvelupisteiden lisäksi kaikissa Joensuun palvelupisteissä, Karelia Expertillä Ca-relicumissa, Pohjois-Karjalan maanmittauslaitoksessa sekä kirjakaupoissa.



Kampanjaan liittyvät lehtiartikkelit Pohjois-Karjalan alueella

# teema METSÄ & MAA



## Myrskytuhot kuvataan ja tallennetaan kuvapankkiin

► sivut 12-13

## Kemera-rahdat loppunevat ennen vuodenvaihdetta

► sivut 12-13

N:o 5

Tiistaina 26.8.2010



Taimikon varhaishoitolla voidaan pienillä kustannuksilla turvata metsikön hyvä tuotto. Metsäkeskus Pohjois-Karjalan metsäharjoittelija Maija Vanhatalo kävi kurkkaamassa metsänomistaja Arto Kukkonen mainiota työn jälkeä Ilomantsin Myllykorvessa.

# Taimikot kasvamaan

## VARHAISHOITO

### Uhkina heinittyminen ja vesakko

Pohjois-Karjalan metsäkeskus on ottanut tämän vuoden metsänhoidon teemakseen taimikoiden varhaishoidon yksitysmetsäissä. Kampanjan tarkoituksena on kannustaa metsänomistajia taimikoidensa hoitoon.

- Puuston laatu, kasvu ja tuotto ratkaistaan taimikon alkuvaiheessa. Riittämättömästi taimikon varhaishoitosta aiheutuu vuosittain merkittävät taloudelliset menetykset. Jo yhdenkin päivän satsaus voi pelastaa taimikon, met-

säharjoittelija **Maija Vanhatalo** opastaa.

Taimikon varhaishoitolla tarkoitetaan metsän uudistamisen jälkeensä tehtävää työtä, jolla nuoria taimia autetaan kasvun alkuvaiheeseen. Tällöin taimikot ovat noin 0,3 - 2 metriä pitkiä. Nuorta taimikkoa uhkaa alkuvaiheessa monesti alueen heinittyminen ja vesakko. Heinätorjuntaa voi ennakoida jo metsänuudistamisen yhteydessä.

- Alueelle sopiva muokkautus tapa vähentää merkittävästi alueen heinittämistä sekä huomattavasti myöhempiä perkaustarpeita. Laikkumätästyksestä on saatu hyviä tuloksia rehevimmillä kivennäismailla.

Toimenpiteisiin on syytä ryhtyä silloin, kun kasvatettavat taimet ovat jääneet heimon alle tai vesakkoa lyhemmiksi.

- Heinät voi taimien ympäriltä polkea maahan ja vesakon peralta pois raivussahalla. Tavoitteena on, että kasvutila on vapaa ja taimikon elinvoima säilyy, Vanhatalo neuvoo.

## ” Jo yhdenkin päivän satsaus voi pelastaa taimikon.

Varhaishoitorästejä kertyy esimerkiksi siksi, että yhä useampi metsänomistaja asuu kaukana metsätalaltaan. Valtio ei myöskään rahoita varhaishoitoa, sillä se katsotaan kuuluvaksi uudistamiselvöitykseen.

- Usein metsänomistajia jää odottamaan myöhemmistä taimikonhoitosta saatavaa kemera-tukea, mutta silloin kasvutappiot taimikossa ovat jo huomattavat, Vanhatalo toteaa.

## Metsää kannattaa hoitaa

Pohjois-Karjalan alueellisessa metsäohjelmassa varhaisperkausten tavoitteeksi vuodelle 2010 on asetettu 7 300 hehtaaria. Vuosina 2006 - 2009 taimikonhoidon pinta-alatavoitteesta on jäänyt toteuttamatta noin 43 prosenttia. Metsäkeskuksen kampanjassa on lähestytty 1 500 metsänomistajaa kirjeellä, jossa on ohjeita taimikon varhaishoitoon.

- Lokakuun loppuun mennessä on mahdollisuus myös

osallistua kilpailuun, jonka palkintona on kaksi raivussahaa ja kymmenen vesuria. Osallistumisen vähimmäisvelvoitteena on suorittaa varhaishoitoa alle kahden metrin korkeudessa taimikossa puolen hehtaarin alueella, metsäharjoittelija Maija Vanhatalo innoittaa.

Ilomantsin Issakassa Keskimatkan tien varressa asuva **Arto Kukkonen** on osallistunut kampanjaan. Hänen tilallaan on eri-ikäisiä taimikoita noin 10 hehtaaria.

- Joka toinen kesä näitä kuivaita tulee käsitellä. Mieliaikani on toukokuu, sillä silloin on vielä viileää, hyönteiset eivät häiritse, ja esimerkiksi kaikki kievet ovat näkyvissä, Kukkonen kertoo.

Vierailimme aukolla, joka on hakattu vuonna 2001. Kuivilla on tehakka männyn-

taimikko, ja kuustakin puskee mukavasti väleihin. Isäntä kertoo peranneensa taimikon jo kahdesti.

- Tarkoitus on kasvattaa kuiville mänty- ja kuusivaltainen sekametsä, Kukkonen kertoo.

Mikä antaa innon metsässä touhuamiseen?

- Metsää kannattaa ja pitää hoitaa. Silloin se antaa parempaa tuottoa nopeammassa aikataulussa, ja onhan hyvin hoidettua metsää aina myös mukava katsella, Arto Kukkonen sanoo.

- Hyvältä näyttää! Vaikka ohjeissa todetaan lehtipuuden vesovan vähiten silloin, kun perkaus tehdään keskikesällä, niin ajankohtakin tärkeämpää on se, että työ tulee tehtyäksi, Maija Vanhatalo toteaa.

Armas Härkönen